المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات

The Ethical and Social Responsibility of Organizations

الدكتور
ناصر جرادات

الأستاذ
عزام أبو الحمام



إثراء للنشر و التوزيع
Ithraa Publishing and Distribution
الأردن

مكتبة الجامعة
UNIVERSITY BOOK SHOP
الشارقة

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿ وَقُلِ ٱعْمَلُوا۟ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُۥ وَٱلْمُؤْمِنُونَ ۖ ﴿١٠٥﴾ ﴾

التوبة: ١٠٥

فهرس المحتويات

الفصل الخامس
المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة 143

الفصل السادس
المسؤولية الاجتماعية في الوزارات الحكومية ومؤسساتها 175

الفصل التاسع

المسؤولية الاجتماعية في منظمات المجتمع المدني واتحاداته 259

دراسات أكاديمية حول المسؤولية الاجتماعية 301

مقدمة الكتاب

أصبحت أعمال المنظمات، أيًا كانت طبيعتها؛ مطالبة بالاستناد إلى منظومة واضحة ومعيارية من الأخلاق العامة والخاصة من جانب، وبحيث تترجم إلى منظومة من الاستراتيجيات والمعايير والبرامج والضوابط الإدارية المسؤولة من جانب آخر، وبالتالي لم يعد مقبولاً من المنظمات أن تمارس أعمالها بمنأى عن المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية تجاه المجتمع الذي يشكل حاضنة المنظمة وأعمالها، ما يعني أنْ ليس ثمة حياة لأي منظمة بدون حاضنة صحية سليمة معافاة كي تستمر حياة المنظمة نفسها.

ومن المؤكد أن ثمة صلة حقيقية وأصيلة بين المنظومة الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية في أيٍ من أعمال المنظمات كما الأفراد والحكومات أيضًا، وانطلاقًا من الوعي المتزايد بالصلات القوية بين هذه الموضوعات وأهميتها في رفع كفاءة أعمال المنظمات على أنواعها، فقد أضحت مثل هذه المحاور مهمة في مختلف المؤسسات الكبيرة والمتوسطة في المجتمعات الحديثة، سواء أكانت هذه المؤسسات منظمات مدنية أم شركات في القطاع الخاص أم مؤسسات ودوائر حكومية، وتنطلق المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في توجهاتها ورؤاها أساسًا من القيم الأخلاقية التي ينبغي أن تحدوها وتتبعها تلك المنظمات، بمعنى أن أخلاق المنظمة هي المنطلق والأساس والمرتكز الأول في التوجه نحو ممارسة المسؤولية الاجتماعية، وهذا ما دفع بالمؤلفيّن لعنونة كتابهما (المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات).

وقد بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتبلور في ثلاثة خطوط متوازية في الغرب على الأقل، الخط الأول المتمثل في الصحافة ثم في وسائل الإعلام عموماً، والخط الثاني المتمثل في منظمات المجتمع المدني، أما الخط

الموازي الثالث والأخير فيتمثل في شركات القطاع الخاص. وقد أنشأ هذا الواقع تداخلات مختلفة تتقارب في الكثير من العناصر وتفترق في عناصر أخرى تبعاً لعوامل متعددة أهمها نوع المنظمة أو المؤسسة، أو تبعاً لإمكاناتها المالية والبشرية؛ خصوصاً نسبة أرباحها ونسبة تأثيراتها على المجتمع الذي تعمل فيه. لكن تلك الخطوط المتوازية جميعاً تلتقي على الهدف (من حيث الظاهر على الأقل)؛ ألا وهو هدف الإسهام في جهود التنمية المستدامة أو التنمية الشاملة وعلى رأسها تنمية العنصر البشري في المجتمعات.

وفي مجتمعاتنا العربية ما تزال البحوث في موضوعات المسؤولية الاجتماعية في مرحلة الطفولة المبكرة باستثناء البحوث في مجال المصارف خصوصًا والشركات عمومًا. لكنها ما تزال تحبو في المجالات الأخرى.

إن كل من يعملون في العمل العام، سواء أكان ذلك في القطاع الحكومي أم في القطاع الخاص أم في المنظمات الأهلية أم في الإعلام والعلاقات العامة، مطالبون في هذا العصر بأن يكونوا على بينة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وعلى بينة بالسياسات والأنشطة والبرامج التي تحقق أهداف المسؤولية الاجتماعية، فلم يعد أمر تحقيق هذا الهدف يعتمد على "ردات الفعل" أو "الهبات الحماسية" أو" الحملات ذات الصبغة الدعائية" أو "الإسهامات المتواضعة" في ما يسمى بحركة التنمية وآليتها المتمثلة في برامج المسؤولية الاجتماعية.

وهذا الكتاب يحاول أن يوفر للقارئ الثقافة الأولية في مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال عرض لمفهوم المسؤولية الاجتماعية وظروف نشأتها، وهذا ما جاء في الفصل الأول من الكتاب.

وجاء في الفصل الثاني عرضٌ لأهم المصطلحات والمفاهيم ذات الصلة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، تلك المصطلحات التي كثيراً ما تعطي

المدلول نفسه لكنها تختلف في الاستخدام من مجال لآخر أو من قطاع لآخر.

أما الفصل الثالث فقد حاول استعراض الأسس الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية، حيث تم فيه تحديد مفهوم الأخلاق بشكلٍ عام، وشرح النظريات الأخلاقية المختلفة، وتوضيح مفهوم أخلاقيات الأعمال، وتتبع الاهتمام التاريخي لأخلاقيات الأعمال، مع توضيح لمكوّناتها المختلفة، وبيان العلاقة بينها وبين المسؤولية الاجتماعية.

وتناول الفصل الرابع مفهوم المسؤولية الاجتماعية في وسائل الإعلام، وفيه تم توضيح كيفية نشأة وسائل الإعلام، وشرح العلاقة بينها وبين المجتمع، وتوضيح المسؤولية الاجتماعية للإعلام في كل من المفهوم الإسلامي والمفهوم الغربي، وشرح المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، إضافة لتحديد العوامل والظروف التي هيأت لنشوء المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، وبيان الإيجابيات التي قدمتها نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة والإعلام، وتوضيح مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع، وبيان الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام.

واستعرض الفصل الخامس مفهوم المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، حيث تتجسد العلاقة الأبرز بين العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية في الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة، سواء الاتصال مع الجمهور الداخلي، أو الخارجي، ومن هذا المنطلق، يقع على عاتق العلاقات العامة الإسهام الكبير في رسم سياسات المسؤولية الاجتماعية وفي تنفيذها وتقييمها، وقد تناول هذا الفصل تعريف العلاقات العامة، وتحديد أهدافها، وبيان دور المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، إضافة إلى شرح وظائف العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية، وبيان أثر

التطورات الجديدة على العلاقات العامة، وتوضيح نظرية النظم وعلاقتها بالعلاقات العامة.

أما الفصل السادس، فتناول بعض جوانب المسؤولية الاجتماعية في القطاع الحكومي مع بعض النماذج المفيدة في هذا الجانب، إذ تندرج الوظيفة الأساسية للحكومات في صلب المسؤولية الاجتماعية، من خلال الحفاظ على المجتمع أفراداً وجماعات، برعاية مصالحهم وحاجاتهم وحمايتها من الأخطار التي قد تهددها، فعندما تقصر الحكومة في بعض جوانب الخدمات والمصالح والحاجات للمواطنين فهذا يعني إعادة النظر في علاقة العقد الاجتماعي الضمني بينها وبين الناس، وبالتالي تناول هذا الفصل توضيح فلسفة النظام السياسي والمسؤولية الاجتماعية، وشرح فلسفة الدولة والحكومة والسلطة، وبيان أنشطة المشاركة الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية تجاه المجتمع والبيئة، وتحديد أنشطة المسؤولية الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية، وشرح نماذج من المسؤولية الاجتماعية لوزارات الحكومة ومؤسساتها.

ويأتي الفصل السابع ليتناول المسؤولية الاجتماعية في الشركات والمنشآت التجارية، وفيه تم تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وبيان حقوق الإنسان ومسؤولية الشركات الاجتماعية، وتتبع تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتحديد المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات، إضافة إلى توضيح معايير قياس الأداء في المسؤولية الاجتماعية.

ثم جاء الفصل الثامن ليستعرض المسؤولية الاجتماعية في البنوك، بهدف بيان دور المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، وتوضيح المقصود بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في البنوك، وتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية، وتوضيح آراء وتوجهات حديثة

حول المسؤولية الاجتماعية للبنوك، وشرح نماذج من برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية.

وجاء الفصل التاسع والأخير ليتناول المسؤولية الاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني، حيث تم تحديد مرتكزات المسؤولية الاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني، وتوضيح مفهوم الاجتماع البشري والمجتمع، وتحديد أبعاد المجتمع المحلي ومقوماته، وبيان الأنظمة والأنساق الاجتماعية، وبيان علاقة منظمات المجتمع المدني بالدولة، وتوضيح دورها في التنمية، وفهم حقيقة ازدياد التوجه نحو عمل منظمات المجتمع المدني، وتوضيح دور المنتدى العالمي الاجتماعي، وبيان أساليب منظمات المجتمع المدني في مشاركة المسؤولية الاجتماعية.

وفي سبيل تثبيت بعض المفاهيم والرؤى المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية ،فقد عمدنا إلى إيراد بعض الحالات الدراسية كنماذج للمسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها بعض المنظمات، وتحقيقاً للفائدة التي يرجوها بعض الباحثين، فقد أنهينا كتابنا بتضمينه ملخصات لأهم الدراسات التي قدمها الباحثون في مجال المسؤولية الاجتماعية، سواء تلك الدراسات التي قدمت للحصول على درجات علمية عليا في الماجستير والدكتوراه، او تلك التي نشرت في مجلات علمية محكمة، أو قدمت في مؤتمرات علمية متخصصة.

ونسأل الله بأن نكون قدمنا للقارئ والباحث العربي ما يفيده في التأسيس لثقافة المسؤولية الاجتماعية، والله ولي التوفيق.

المؤلفان



الفصل الأول

المسؤولية الاجتماعية
المفاهيم، والنشأة، والتطور

Social Responsibility
Concepts, Emergence and development

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكِّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. توضيح كيفية نشأة المفهوم الحديث للمسؤولية الاجتماعية
2. بيان تعريفات المسؤولية الاجتماعية المختلفة
3. تحديد أنواع المسؤولية الاجتماعية
4. بيان أهداف برامج المسؤولية الاجتماعية ودوافعها ومجالاتها
5. شرح مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية
6. بيان دور المسؤولية الاجتماعية في التنمية الشاملة

الفصل الأول

المسؤولية الاجتماعية: المفاهيم والنشأة والتطور

Social Responsibility
Concepts, Emergence and development

المقدمة Introduction

تعد المسؤولية الاجتماعية نظرية أخلاقية أو أيديولوجية، ومفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم قديم قدم المجتمعات البشرية ذاتها، لكنه جاء تحت مسميات مختلفة واتخذ أشكالاً متنوعة وفقًا للفلسفات السائدة أو النظم القائمة أو الأحوال الطارئة عبر المراحل التاريخية.

وإذا كانت الأديان السماوية، وغير السماوية كذلك، امتلكت مفاهيمها الخاصة حول المسؤولية الاجتماعية وربطتها بالعقيدة الدينية لها، فقد وضعت أيضًا بعضًا من معايير تطبيقها عن طريق الزكاة أو الصدقات أو الأخماس والأعشار وما إلى ذلك من معايير محددة تطبق على المنتجين والمالكين والأغنياء. وقد حفّز الدين الإسلامي المسلمين إلى العديد من الصدقات الطوعية وجعل بعضها شكلاً من أشكال التكفير عن الذنوب أو من باب التقرب إلى الله زيادة على ما جعله فرضًا مقررًا من الزكاة.

ومع تطور المجتمعات وقيام الشركات والأعمال الكبيرة، لجأت الحكومات إلى فرض الضرائب وسن القوانين التي تجبر الشركات والمالكين للإسهام في خزينة الدولة، أو لدعم بعض الأنشطة أو الفئات في المجتمع، أو حتى لخدمة البيئة الطبيعية، وظلت مسألة مشاركة الشركات والأعمال في القيام بمسؤولياتها تجاه الدولة والمجتمع أمراً

تفرضه القوانين، أو خياراً طوعياً لأصحاب الأعمال والشركات، إلى أن بدأت تبرز في أواخر القرن العشرين مفاهيم ومناظير جديدة تحفز على جعل المسؤولية الاجتماعية منظومة متكاملة من المفاهيم والأفعال والخطط؛ تحكمها القوانين والمعايير وتوجهها القيم الأخلاقية وتحفزها المصالح الخاصة بالمالكين والأخرى العامة المتعلقة بنماء المجتمعات واستمرار تماسكها وتطورها.

وفي جانب الإعلام تطورت مفاهيم المسؤولية الاجتماعية في ظل النظرية الليبرالية التي اعتمدت على منظومة الحريات المطلقة والمبادرة والديمقراطية، فقد تبين لأصحاب نظرية الليبرالية أن اختلالات ملموسة أصابت المجتمع وأركانه؛ تجسدت في زيادة التفاوت الاجتماعي والاقتصادي وسطوة الأعمال الكبيرة ومنها وسائل الإعلام؛ والتي أصبحت تشكل مراكز قوى تسعى وراء تحقيق الأرباح أو تحقيق أهداف أخرى لمالكيها أو مسيريها أو للفئات السياسية أو الاجتماعية التي تنطق باسمها دون أن تتقيد بالكثير من قيم المجتمع الأخلاقية، مما نتج عنه إصابة النسيج الاجتماعي ونظمه القيمية بالكثير من المفاسد، الأمر الذي دفع بعض النقاد لبلورة مفاهيم ومناظير جديدة حاولت تقليل أثر الإفرازات السلبية للنظام الليبرالي في الإعلام الحر، فجاءت مفاهيم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لتقدم حلولا لتلك السلبيات.

يتناول هذا الفصل توضيح كيفية نشأة المفهوم الحديث للمسؤولية الاجتماعية، وبيان تعريفات المسؤولية الاجتماعية المختلفة، وتحديد أنواع المسؤولية الاجتماعية، وبيان أهداف برامج المسؤولية الاجتماعية ودوافعها، وبيان دور المسؤولية الاجتماعية في التنمية الشاملة.

أولاً- نشأة المفهوم الحديث للمسؤولية الاجتماعية

Modern Concept of Social Responsibility

بسبب المشكلات والأعمال غير النافعة والضارة التي أحدثتها بعض منظمات الأعمال، فقد أولت المجتمعات في العديد من الدول الاهتمام بالكثير من القضايا الاجتماعية والأخلاقية، وازداد اهتمام منظمات الأعمال بالإنفاق على الأنشطة الاجتماعية المختلفة بعد أن ازداد النقد الموجه إليها بشأن تركيز اهتمامها بتعظيم أرباحها وعدم مراعاة المجتمع والبيئة التي تعمل فيها[1]، وقد دفعت التشريعات الجديدة والإدراك والوعي المتزايد لدى الأفراد ورجال الأعمال إدارات المنظمات المختلفة نحو تحمل عبء المسؤولية الاجتماعية.

تشير فكرة المسؤولية الاجتماعية إلى أنه تقع على المنظمة مسؤولية تجاه مجتمعها، والتي تمتد إلى ما هو أبعد من تحقيق الأرباح، وأن آثار القرار الاستراتيجي تمتد إلى خارج المنظمة، كما أن الخطة الاستراتيجية التي تضعها الإدارة العليا يجب أن تعكس مسؤولية المنظمة تجاه البيئة الخارجية[2].

ويشير بعض المهتمين إلى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية قد بدأ بالظهور عندما قامت بعض المنظمات بتحسين ظروف العمل الداخلية وتحسين حياة العاملين وزيادة أجورهم وتوفير الرعاية الطبية لعوائلهم وغيرها من الممارسات[3]، غير أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح أكثر

---

(1) الجعافرة، أحمد فلاح، أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف في الأردن، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان - الأردن، 2009، ص41.

(2) جواد، شوقي ناجي، **إدارة الستراتيج**، عمان: دار الحامد، 2000، ص61.

(3) احمد، احمد محمود، **تسويق الخدمات المصرفية - مدخل نظري وتطبيقي**، عمان: دار البركة، 2001، ص178.

اتساعاً ويركز على جوانب تحسين نوعية الحياة بشكل عام وتوفير الاستقرار الاجتماعي وزيادة التكافل الاجتماعي والعناية بشرائح المجتمع كافة دون تمييز(1).

ويعزو البعض انطلاق مفهوم المسؤولية الاجتماعية بصيغته الجديدة إلى الفكرة التي نادى بها أمين عام الأمم المتحدة في مؤتمر ديفوس في يناير 1999م، وفحواها أن تتبنى شركات القطاع الخاص والعام دوراً في المسؤولية الاجتماعية وتوجيه قوى الأسواق من أجل دعم المثل العليا على هدي مبادئ ثلاثة هي(2):

1. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام 1948م.
2. إعلان المبادئ والحقوق الأساسية في العمل الصادر عن منظمة العمل الدولية في عام 1998م
3. إعلان ريودي جانيرو حول البيئة الصادر عن مؤتمر قمة الأرض عام 1991م.

تلك المبادئ أو الصكوك الثلاثة كما سميت، كلها تنادي بإعلاء القيمة الأخلاقية والإنسانية والبيئية لجعل الحياة أكثر إنسانية وأكثر سعادة.

لكن من المؤكد أن المفهوم لم يكن جديدًا، لا في الحضارة الغربية ولا في الحضارة الإسلامية، فقد عرف في الحضارة الغربية كمفهوم منذ بداية عصر التنوير في كتابات مونتسكيو وجون هوبز وجون لوك وروسو وغيرهم. لكنه استخدم بمفهومه الشائع باعتباره منهجًا واجبًا على رجال الأعمال والشركات، ثم بدأ استخدامه في الإعلام في المجتمع الأمريكي

---

(1) المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح، **الإدارة - الأصول العلمية والتوجهات المستقبلية**، المنصورة: المكتبة العصرية، 2006، ص558.

(2) الأنصاري، عبد الغني، المسؤولية الاجتماعية ــ الأصل والمفهوم، 2011. متاح على: http://s-responsibility.com/ar/content/index.php?subject_id=122

مع بدايات القرن العشرين، وزاد الاهتمام به عقب الحرب العالمية الثانية، وذلك حينما بدأ بعض النقاد الغربيون يتشككون في فاعلية القواعد الليبرالية وأهليتها وأخلاقيتها في الأعمال التجارية وفي ممارسات وسائل الإعلام أيضًا، تلك الوسائل التي راحت تجاري الروح التجارية المحمومة في المجتمعات الغربية، فلم تعد تتوانى عن نشر ما ينافي قيم المجتمع وأخلاقه ما دامت تحقق ربحاً أو انتشاراً للصحيفة، وفي المجال الإعلامي أيضًا شهدت الساحة الغربية تراجعات خطيرة في مجال الحريات نتيجة سيطرة رأس المال، ونتيجة تغَوُل مبدأ "تحقيق الأرباح وتعظيمها" مما نتج عنه أيضًا تردِيًا أخلاقياً في مستويات عديدة، الأمر الذي حفز على بدء الكثير من المراجعات لمبادئ العمل الإعلامي، وتجلي ذلك في عقد اللجان المتخصصة، ولجان تقصي الحقائق، ولجان إعداد مواثيق الشرف، وغير ذلك من الجهود التي جاءت كردود فعل على أزمة حقيقية في المجتمع.

أما في مجال الأعمال، فقد برزت مثالب المبادئ الليبرالية في الاقتصاد؛ والتي تتركز على الحريات المطلقة للتجارة دون أن تلتفت للأضرار التي يمكن أن تلحق بالأفراد والفئات الأقل حظاً في المجتمع، ودون أن تلتفت إلى الأضرار الجسيمة التي يمكن أن تقوم بها الاحتكارات الكبيرة في الإنتاج والتجارة وعلى مبدأ "تعظيم الأرباح" فحسب، وقد تمثلت التأثيرات السلبية التي ظهرت في المجتمعات الرأسمالية بما يلي(1):

1. الظلم الذي أصاب المستهلك جراء الغش في البضائع والتلاعب في الأسعار.
2. الظروف القاسية التي يعمل بها العاملون وبما يهدد صحتهم وسلامتهم العامة.

(1) الرحاحلة، عبد الرزاق سالم، المسؤولية الاجتماعية، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ومكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2011، ص 61.

3. تزايد التلوث البيئي جراء العمليات الصناعية وعدم قيام المصانع بواجباتها تجاه مخلفاتها الصناعية.
4. محدودية الاهتمام بالارتقاء لنوعية العمل Quality of Work Life والتي تمثلت بضعف المهارات لدى العاملين، ومحدودية تطويرها على الأمد البعيد، فضلاً عن التمييز بين الأفراد العاملين على أساس الجنس، أو العمر أو المذهب.
5. الشكوك حول فساد الشركات؛ خصوصًا فيما يتعلق بالرشاوى الكبيرة للحصول على العقود.
6. التراجع الكبير الذي أصاب نوعية الحياة لأعداد كبيرة من الناس في الأرياف وفي المدن نفسها مقابل تنصل منظمات الأعمال من مسؤولياتها تجاه المجتمع.

ومنذ بداية القرن العشرين، بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية ينتشر في الدول الصناعية، بدايةً مع زيادة النقد الموجه للشركات التي ركزت جهدها حول هدف تحقيق الأرباح فقط دون الالتفات للمجتمع والبيئة من حولها، ومع ظهور الشركات الصناعية العملاقة التي توظف عشرات الآلاف من العاملين، وتستهلك كميات هائلة من المواد الأولية، وتؤثر تأثيراً مباشراً على البيئة وعلى حياة المجتمعات التي تعمل فيها، من هنا برزت الضرورة القصوى للقيام بالمسؤوليات الاجتماعية تجاه العاملين في المؤسسة كي يضمنوا استمرارهم في العمل على الأقل، ثم انتقل المفهوم إلى ضرورة التأقلم والانسجام أيضًا مع المجتمع المحلي المحيط؛ ليس لأنه يتأثر بأعمال المنظمات فحسب، بل لأن حال المجتمع يؤثر على سير أعمال المنظمة عن طريق التأثير في عدة عوامل منها: العاملين، والموارد الخام، والمستهلكين للسلع، وأمن المؤسسة وأصولها الثابتة، وغيرها.

من ناحية أخرى، وفيما يتعلق بالبيئة، فقد زاد الاهتمام بأداء المؤسسات والشركات بعد وقوع بعض الحوادث المدمرة للبيئة والبشرية، مثل: تلوث الهواء، والتغيرات المناخية، وتلوث الأنهار والشواطئ البحرية، وتلوث الأراضي الزراعية، وغيرها، وكان العدل يقتضي أن تساهم هذه الشركات بجزء من أرباحها ليس لتطوير حياة العاملين وأسرهم فحسب؛ بل وتنمية المجتمعات التي تمارس نشاطها فيها، وكذلك الإسهام في الحفاظ على البيئة الطبيعية والحد من تلوثها ودمارها.

وخلال العقود الثلاثة الماضية شهد العالم إدراكًا متزايدًا بأن نموذج التنمية الحالي، وهو نموذج الحداثة، لم يعد مستدامًا، بعد أن ارتبط نمط الحياة الاستهلاكي المنبثق عنه بأزمات بيئية خطيرة مثل فقدان التنوع البيئي، وتقلص مساحات الغابات المدارية، وتلوث الماء والهواء، وارتفاع درجة حرارة الأرض (الدفء الكوني)، والفيضانات المدمرة الناتجة عن ارتفاع منسوب مياه البحار والأنهار، واستنفاد الموارد غير المتجددة، مما دفع بعدد من منتقدي ذلك النموذج التنموي إلى الدعوة لنموذج تنموي بديل مستدام يعمل على تحقيق الانسجام بين تحقيق الأهداف التنموية من جهة؛ وحماية البيئة واستدامتها من جهة أخرى[1].

لقد أصبح التوجه الحديث يستند إلى جعل هذه المساهمة حقاً قانونياً تفرضه الدولة، أو بعض المؤسسات المدنية ذات الاختصاص، وتشرف على جمعه وتوظيفه للأغراض الاجتماعية والتنموية، بل أن وسائل الإعلام والتوعية المختلفة أصبحت تشجع على الانحياز إلى منتجات الشركات التي تعلي من قدر المسؤوليات الاجتماعية في سياساتها، الأمر الذي ساعد على تحسين صورتها الذهنية وانعكس إيجاباً على أدائها وما تحققه من أرباح.

---

(1) الغامدي، عبد الله بن جمعان، التنمية المستدامة بين الحق في استخدام الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة، مجلة الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مجلد 23، العدد1، لسنة 2009، ص177-226.

ويبدو أن الانفتاح العالمي، وسيادة مفاهيم العالمية[1] Globalization في السنوات الأخيرة كانا سببًا؛ ليس وراء توحيد الرؤى بخصوص المسؤولية الاجتماعية فحسب، بل سبق ذلك أيضًا أو رافقه نشوء مشكلات متشابهه بدأت تنتشر في مجتمعات العالم، خصوصًا المجتمعات النامية، ورغم أن مشكلات البطالة والفقر والأمية وتدني المستوى الصحي وغيرها هي من المشكلات القديمة والشائعة أو الراسخة في تلك المجتمعات، إلا أن هذه المشكلات لم تلق الحلول المناسبة على مدى عقود طويلة من محاولات

---

(1) أسهب بعض المؤلفين في تناول المداخل، والرؤى، والاجتهادات التي تناولها المفكرون حول تعريب مصطلح Globalization، فمنهم من رأى أنه يعني "العولمة"، وعرف ذلك المصطلح كونه يعني إلغاء الحدود والفواصل الجغرافية بين الدول، والعمل على الانتقال من الداخل إلى الخارج، ومن الخاص إلى العام، واعتبر بعضهم "العولمة" ظاهرة استعمارية جديدة تهدف إلى تدويل العالم، وزيادة سيطرة الغرب، وتحديداً أمريكا، على مقدرات الشعوب المختلفة في العالم، وهذا الاعتقاد حول "مفهوم العولمة" هو الذي جعل العديد من المؤلفين يذهبون إلى اعتبار أن "العولمة" مصطلح ينطوي على الكثير من السلبيات، ما يقتضي ضرورة مواجهتها والتصدي له.

وعرب آخرون مصطلح Globalization، على أنه "العالمية"، التي عرفوها باعتبارها تعني انتقال الظواهر من المستوى القومي والوطني إلى المستوى العالمي، وأنها ظاهرة موضوعية يتحدد مدى انتشارها بمستوى تطور قوى الإنتاج في البلدان المختلفة، وأنها ظاهرة طبيعية للتطور والتقدم والتغير الذي يشهده العالم، لذا، ووفقاً لهذا الاعتقاد حول مفهوم Globalization، فإن العالمية تتضمن العديد من الإيجابيات، وبعين الوقت لا يمكن أن تخلو من السلبيات؛ شأنها في ذلك شأن الكثير من القضايا التي تهم الأعمال الحديثة.

وفي هذا السياق، تبارى المؤلفون والمفكرون، ومن مختلف التخصصات، بالحديث عن المصطلح، وانقسموا بين مؤيد ومعارض، ومنهم من رأى فيه الخير الكثير لشعوب العالم الثالث، ومنهم من رأى أنها فكرة استعمارية جديدة، وكل فريق دعم رأيه بوقائع وانعكاسات أفرزتها تلك الظاهرة، بل أصبح الشغل الشاغل للكثيرين كيفية تفنيد إيجابياتها أو سلبياتها. ونحن في هذا الإطار ارتأينا أن ننأى بأنفسنا عن الخوض في هذا الجدل، لذا، عمدنا إلى استخدام لفظة (العالمية) للدلالة على مصطلح Globalization، قاصدين من وراء ذلك مناقشة قضية انتقال الأعمال من المحلي إلى العالمي، أي التوجه العالمي للمنظمات المختلفة، التي ترغب؛ أو بات لزاماً عليها، أن توسع نشاطاتها وأعمالها، وأن تتجه للعمل في السوق العالمية التي تحمل فرصاً جديدة ربما لا توفرها السوق المحلية. أي أننا ندرس العالمية السياسية، أو العالمية الاقتصادية، أو العالمية الثقافية، أو العالمية الاجتماعية، ولا نقصد من وراء ذلك معارضة الاتجاه العام القائم على أساس أن ذلك المصطلح يعني "العولمة"، وأن للعالمية معنًى آخر، وإنما قصدنا من وراء ذلك مناقشة التأثيرات العالمية على الأبعاد السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية لشعوبنا، عموماً، وانعكاس ذلك على نشاط الشركات العربية الساعية، أو التي انطلقت فعلاً نحو العالمية بشكلٍ خاص. (**المصدر: جزء من مقدمة كتاب قضايا إدارية معاصرة، للدكتور أحمد المعاني وزملاؤه، 2011**).

التنمية التي ظل يُروَج لها باستمرار ويُستدعى لها القروض والمنح والمساعدات من الدول الغنية، لكن بلا جدوى في أغلب الأحيان، بل إن كثيرًا من تلك الأعراض من فقر وبطالة وأمية وأمراض ومجاعات، ظلت في ازدياد في بعض المجتمعات، وترسخت جذورها كما لم تكن قبل سياسات الانفتاح والعالمية، تلك السياسات التي جعلت الشركات الكبرى؛ خاصة تلك العابرة للقوميات؛ قادرة على الوصول إلى كل ركن من أركان المجتمعات العالمية.

لقد بدأ بعض النبهاء في تلك الشركات، وفي منظمات المجتمع المدني أيضًا، ينادون بضرورة زيادة مشاركة القطاع الخاص في جهود التنمية التي ظلت تضطلع بها الحكومات لفترة طويلة دون أن تحرز التقدم المستهدف،وبدأ المهتمون أيضًا يتطلعون إلى الانتقال بأنشطة المسؤولية الاجتماعية من مرحلة التصدق والإحسان والعشوائية والمزاجية والموسمية، إلى مرحلة أخرى من العمل المدروس والاستدامة والفاعلية والتكاملية والانتظام والتخطيط للأعمال المصنفة في نطاق المسؤولية الاجتماعية، وذلك كله ما يمكن تلخيصه بالمؤسسية أو المأسسة.

ثانيًا . تعريفات المسؤولية الاجتماعية

Social Responsibility Definitions

يتضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإشارة إلى أنه عند قيام المنظمات بتقييم القرارات من الوجهة الأخلاقية فإنه يتعين أن يكون هناك تسليم باتخاذ ما هو في صالح رفاهية المجتمع ككل وتنمية وتطوير البيئة[1].

ورغم تعدد التعريفات والزوايا التي ينطلق منها واضعي تعريفات المسؤولية الاجتماعية، إلا أنهم جميعًا يكادون يلتقون حول عناصر هذا

(1) الجعافرة، أحمد فلاح، مرجع سابق 2009، ص43.

المفهوم الحديث نسبيًا على الأدبيات في مجالات الشركات وفي مجال العلاقات العامة، ورغم أن المفهوم كان معروفًا ودارجًا، فيما يتصل بالإعلام ومذاهبه ونظرياته منذ بدايات القرن العشرين، إلا أنه كغيره من المفاهيم ذات العلاقة بالعلوم الإنسانية، تتعدد الآراء حول تعريفه، لذا نجد أن هناك العديد من التعريفات للمسؤولية الاجتماعية، فقد عرفها المعجم الوسيط بأنها: حال أو صفة من يُسأل عن أمر تقع عليه تبعته، وتطلق على التزام الشخص بما يصدر عنه من قول أو عمل، وتطلق على الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقا للقانون. وعرفها الخالدي[1] بأنها: الالتزام نحو الجمهور العام والمجموعات ذات الاهتمامات المميزة بعمل المنظمة كالعاملين، والمساهمين، والموردين، والموزعين، وغيرهم، بما يحقق توقعاتهم من وجود المنظمة، ولهذا فإنها تنبع من نشاطات المنظمة التي تؤثر على المجتمع من الناحية الاجتماعية بدرجة أكبر من النشاطات العادية للمنظمة، ولا يعني ذلك بالضرورة إهمال الربحية، وهي الهدف الأساس لقيام المنظمة، ولكن يجب تحقيق الأرباح بطريقة مقبولة اجتماعيًا، أي بما يحقق بعض توقعات المجتمع، ولا يضر بمصالحه.

وتعرف المسؤولية الاجتماعية وفقًا للساقي وعبد الناصر[2] بأنها: القرارات والتشريعات التي تحدد مصالح ومتطلبات المنظمات بمختلف أنواعها ضمن المجتمع الواحد من خلال مدى تفاعلها وقيامها بمسؤولياتها الاجتماعية إلى جانب مسئولياتها الاقتصادية، واستنادًا إلى ذلك يُحدد مفهوم المحاسبة الاجتماعية بأنها: منهج لقياس وتوصيل المعلومات المترتبة على قيام الإدارة بمسؤولياتها الاجتماعية لمختلف الطوائف المستفيدة داخل

---

(1) الخالدي، إبراهيم بدر شهاب، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لمنظمات الأعمال المعاصرة، عمان، دار الأعلام للنشر والتوزيع.2010، ص 77.

(2) الساقي، سعدون مهدي، ونور، عبد الناصر، محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، 2009، مؤتمر جامعة المأمون/حلب- سوريا بعنوان واقع وآفاق تطور البنوك العربية/2009.

المجتمع، بشكل يمكن من تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة. أما التويجري [1] فقد عرفها على أنها: جميع القرارات والفلسفات والأفعال والطرق التدبيرية التي تعتبر تطور رفاهية المجتمع هدفاً لها.

وعرف خضر [2] المسؤولية الاجتماعية بأنها: عملية تحقيق التوازن بين أطراف متعددة لها مصالح مشتركة أو متقاطعة، وهم الشركاء أو أصحاب الأسهم، والمجتمع المحلي المحيط، والمستهلكون لخدمات أو منتجات الشركة، وجماعة العاملون في الشركة. أما البكري [3] فعرفها بأنها: عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها المنظمة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع والتي تمثل في نهاية الأمر جزءًا من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة المنظمة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءًا من إستراتيجيتها.

وعرفتها جمعية المحاسبين القانونيين [4] بأنها: ذلك السلوك الأخلاقي الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي، والبطالة، والتضخم، وزيادة الفقر لدى بعض الأقليات الاجتماعية، وتنشأ المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من عدم قيام منظمات الأعمال بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع.

وقدم الغالبي والعامري [5] تعريفًا إجرائيًا للمسؤولية الاجتماعية مفاده: "أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا واجب والتزام من جانب منظمات

---

(1) التويجري، محمد بن إبراهيم، **المسئولية الاجتماعية في القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية**، المجلة العربية للإدارة، العدد الرابع، 1988، ص21.

(2) خضر، سيد الشحات، **تكاليف المسئولية الاجتماعية في المؤسسات الصحفية في مصر**، المفهوم والمشاكل والقياس. مجلة الإدارة، مجلد 21، العدد الأول، 1988 ص7.

(3) البكري، ثامر ياسر، المسؤولية الاجتماعية بمنظور تسويقي، دراسة تسويقية لآراء عينة من المديرين العاملين في المنشآت التابعة لوزارة الصناعة والمعادن، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد. 1996، ص 14.

(4) جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، 2001، ص 185.

(5) الغالبي، محسن طاهر والعامري مهدي صالح، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، عمان، دار وائل للنشر، 2005، ص28.

الأعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة آخذة بنظر الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسدة إياها بصور عديدة يغلب عليها طابع الاهتمام المنصوص عليها قانوناً".

كذلك عرفها قاموس (BNET Business Dictionary) بأنها مقاربة طوعية تتخذها الشركة بهدف تلبية توقعات أصحاب المصالح، ويكون ذلك عبر دمج الاهتمامات الاجتماعية والأخلاقية والبيئية بالأهداف اليومية المتعلقة بتحقيق الإيرادات والربح والالتزام القانوني، إضافة إلى الالتزام الدائم للشركات بالتعامل الأخلاقي والإسهام في التنمية الاقتصادية بالتزامن مع تحسين حياة العاملين في هذه الشركات وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع الدولي بشكل عام.

أما مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة، فقد عرفها بكونها تعني: إدارة الشركة بأسلوب يتلاءم مع أو يفوق تطلعات المجتمع من أي شركة فيما يتعلق بسلوكها الأخلاقي والقانوني والتجاري، ويقول دافت[1] أن المسؤولية الاجتماعية هي واجب إدارة الشركة الأساسي في اتخاذ القرارات المهمة والأفعال المؤدية إلى تحقيق رفاهية المجتمع، ما يجعلنا نتوصل إلى نتيجة مفادها أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي واجب والتزام من جانب الشركات تجاه المجتمع المحلي، مع الأخذ بعين الاعتبار مدى توقعات المجتمع من هذه الشركات.

إذا، يتبين مما سبق أن المسؤولية الاجتماعية هي قرار طوعي تتخذه الشركات بهدف الإسهام في بناء مجتمع أفضل وبيئة أنظف، وهي مفهوم تنتهجه الشركات بشكل طوعي بدمج اهتماماتها الاجتماعية والبيئية في أعمالها وفي تعاملها مع أصحاب المصالح.

(1) Daft R., **Organizational Theory and Design**, New York, West Publishing Co., 2002, 143.

ثالثًا . أنواع المسؤولية الاجتماعية

Social Responsibility Types

ثمة الكثير من التقسيمات للمسؤولية الاجتماعية، ففي المعجم الفلسفي، تم تقسيمها إلى:[1]

1. **مسؤولية مدنية** Civil Responsibility

وهي التي توجب على الفاعل الذي سبَّبَ لغيره ضررًا أن يعوضه عنه، سواء سبَّبَ ذلك الضرر بإرادته أم بإهماله أو بتهوره، ومن لواحق هذه المسؤولية أن يكون المرء مسؤولاً عن فعل غيره من الأفراد الموضوعين تحت إشرافه، ومثال ذلك: مسؤولية الوالد عن أولاده الصغار، ومسؤولية المعلم عن تلاميذه.

2. **مسؤولية جنائية** Criminal Responsibility

وهي التي تقع على شخص ارتكب مخالفة أو جنحة أو جريمة، ولهذه المسؤولية علاقة وثيقة بالمسؤولية الأخلاقية، لأنه لا يمكن معاقبة إنسان على ذنب ارتكبه إلا إذا كان فعله مصحوباً بوعي وإرادة، وكثيرًا ما يكون بين المسؤولية المدنية والمسؤولية الجنائية اقتران فعلي، وذلك كمثل مسؤولية سائق السيارة الذي توجب عليه المسؤولية المدنية التعويض عن الضرر الذي سببه للغير، وتوجب عليه المسؤولية الجنائية تحمل إحدى العقوبات المنصوص عليها في القانون.

3. **مسؤولية أخلاقية** Moral Responsibility

وهي المسؤولية الناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقي، وعن كون الفاعل ذا إرادة حرة، ومعنى ذلك أن الفاعل الذي تكون أفعاله ضرورية؛ أي ناشئة عن أسباب طبيعية أو مسيَّرة بإرادة غيره، لا يعد مسؤولاً من الناحية الأخلاقية، ولهذه المسؤولية درجات متفاوتة؛ أعلاها مسؤولية

---

(1) صليبا، جميل، **المعجم الفلسفي**، ج 2، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1973، ص 37.

الفاعل الواعي الذي تصدر الأفعال عن إرادته بحرية تامة، وأدناها مسؤولية الفاعل الذي يسيطر الهوى على قلبه ويعمي بصيرته ويمنعه من رؤية الحق.

وهناك من يقسمها إلى المسؤولية الاجتماعية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية السياسية، ولكل من هذه المسؤوليات خصائصها التي تميزها عن الأنواع الأخرى، ويمكن تقسيمها أيضًا إلى مسؤولية إجبارية وأخرى طوعية، أو مسؤولية قانونية وأخرى أدبية.

ويقسم علماء القانون[1] المسؤولية إلى قسمين: أدبية وهي لا تدخل في إطار القانون ولا يترتب عليها جزاء قانوني موكول إلى الضمير، ومسؤولية قانونية مصدرها الإلزامي هو القانون وقواعده ونظرياته؛ وتشمل جميع المسؤوليات المستمدة من الدساتير والقوانين التي يحتذيها المجتمع وتترتب عليها جزاءات مادية تتمثل في الغرامة، وجزاءات معنوية جسدية تتمثل بالحبس أو الإعدام.

وقسمها كارول[2] الرائد في أبحاث المسؤولية الاجتماعية إلى أربعة جوانب أو أنواع، هي: المسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية القانونية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيّرة، وسيتم فيما يلي توضيح هذه الأنواع الأربعة للمسؤولية الاجتماعية:

1. **المسؤولية الاقتصادية**: التي تشير إلى أن قطاع الأعمال عليه الالتزام بأن يكون إنتاجيًا ومربحًا ويلبي الحاجات الاستهلاكية للمجتمع، وفي هذا الإطار بين العامري والغالبي[3] أن البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية يستند إلى مبادئ المنافسة والتطور

---

(1) وافي، علي عبد الواحد، **المسؤولية في الإسلام**، الرياض، الدار السعودية للنشر والتوزيع، 1983، ص 14.

(2) Carroll، A.B., The Pyramid Of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons., 1991, 34(4)، 38-48.

(3) الغالبي، طاهر محسن منصور و العامري، صالح مهدي حسن، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال - الأعمال والمجتمع، عمان، دار وائل للنشر، 2008، ص65.

التكنولوجي، أي أنه يشتمل على مجموعة من عناصر المسؤولية الاجتماعية، منها المنافسة العادلة التي تدعو إلى منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين، واحترام قواعد المنافسة وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين، ويستند هذا البعد للمسؤولية الاجتماعية على وجهة النظر التي تركز فيها منظمات الأعمال على هدف تعظيم الربح.

2. **المسؤولية القانونية**: تستند هذه المسؤولية على القوانين والتشريعات[1]، حيث يتناول اهتمام قطاع الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية عدة مواضيع تتمثل في حماية البيئة، وحماية المستهلك، والمشاركة في حل مشكلات المجتمع، وتتضمن المسؤولية القانونية عدد كبير من العناصر، مثل: قوانين حماية المستهلك، وقوانين حماية البيئة من التلوث، ومنع الاستخدام التعسفي للموارد، وتأمين السلامة والعدالة للأفراد من حيث عدم التمييز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو الدين، وغيرها.

3. **المسؤولية الأخلاقية**: تهدف هذه المسؤولية القيام بما هو صحيح وعادل، وتجنب الضرر للآخرين، وتتضمن المسؤولية الأخلاقية عدم انتهاك المبادئ المتفق عليها والتي تحدد الصح والخطأ عند توجيهها لأعمالها، ومن أجل أن تلتزم المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية فإن عليها إعطاء السلوك الأخلاقي الأولوية، حيث تستند المسؤولية الأخلاقية إلى المبادئ والمعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية واحترام حقوق الإنسان والعادات والتقاليد.

4. **المسؤولية الخيرية أو الإنسانية**: وهي مسؤولية اختيارية أو إرادية في طبيعتها، وبالتالي يصعب الحكم والتحقق منها، ويندرج تحت هذه

(1) الشنواني، صلاح، **التنظيم والإدارة في قطاع الأعمال- مدخل المسؤولية الاجتماعية**، الاسكندرية، مركز الاسكندرية للكتاب، 1999، ص31.

المسؤولية المساهمات الكبيرة للكثير من المنظمات المحلية والعالمية، مثل ما تقوم به مؤسسة بل جيتس للأعمال الخيرية، ويرتبط البعد الخيّر أو الإنساني بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام، وما يتفرع عن ذلك من عناصر ترتبط بالذوق ونوعية ما يتمتع به الفرد من غذاء وملابس وسكن وتعليم وصحة ونقل وغيرها من العناصر التي تضيف الرفاهية للفرد[1].

وتأخذ المسؤولية الاجتماعية طابعًا خارجيًا، وهي تتصل بالحياة داخل الجماعة أو المؤسسة التي تفرض على صاحبها الالتزام بسلوكه تجاهها، ولها شكلان: ما يتصل بالرأي العام، وجزاؤه التقدير أو الاستحسان والتأييد أو الاحتقار والاستياء والنبذ، وشكل قانوني يتصل بقرارات السلطة، وغالبًا ما تكون نتيجتها العقوبة أكثر من الاستحسان.

رابعًا . أهداف برامج المسؤولية الاجتماعية ودوافعها ومجالاتها

Social Responsibility Objectives, Motives and Areas

تختلف أهداف برامج المسؤولية الاجتماعية ودوافعها سواء من وجهة نظر الشركات، أو من وجهة نظر المجتمع الذي تعمل به هذه الشركات، وبصفة عامة يمكن تحديد هذه الأهداف والدوافع في مجموعتين أساسيتين، الأولى من وجهة نظر الشركات، والثانية من وجهة نظر المجتمع، وكما يأتي[2]:

(أ) من وجهة نظر الشركات:

1. اكتساب ثقة الجمهور ورضا المستهلكين بما يساعد في خدمة الأهداف الاقتصادية للشركات.

---

(1) الغالبي، طاهر محسن منصور و العامري، صالح مهدي حسن، **مرجع سابق**، 2008، ص65.

(2) مجلس المسؤولية الاجتماعية (الرياض)، 2010. متاح على الرابط

http://www.csr.org.sa/?n=rr&Id_=22&ar=RwWEe

2. رعاية شؤون العاملين وتحقيق الرفاهية الاجتماعية والاستقرار النفسي لهم، مما سيزيد من إنتاجيتهم من خلال تنمية قدراتهم الفنية والإنتاجية، وتوفير الأمن الوظيفي والرعاية الصحية والاجتماعية لهم، الأمر الذي سينعكس بدوره على خدمة نشاط الشركة.
3. حصول الشركات على عائد مستمر لفترات طويلة المدى.
4. السمعة الحسنة للشركات كميزة تنافسية، وقد أظهرت الدراسات أن عدداً كبيراً من المستهلكين (86٪) يفضلون الشراء من شركات لديها دور في خدمة المجتمع.
5. تحسين الصورة العامة لأصناف المنتجات والخدمات، وزيادة حجم المبيعات.

(ب) من وجهة نظر المجتمع:

1. التماسك، والذي يعني زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع.
2. الرفاه، من خلال تحسين مستوى الحياة المعيشية لأفراد المجتمع.
3. الشمولية، بإسهام أفراد المجتمع بتحقيق التنمية المستدامة.
4. التمكين، من خلال تنمية المهارات لدى أفراد المجتمع.
5. التشاركية، بمساندة الدولة في تحقيق الأهداف التنموية.
6. التكاملية والتشاركية، من خلال تشجيع القطاع الخاص في البحث عن حلول شاملة وصديقة للبيئة.

أما من حيث المجالات المختلفة للمسؤولية الاجتماعية، فقد تضمنت الأدبيات ذات العلاقة بالموضوع ثلاثة مجالات للمسؤولية الاجتماعية[1]، وهي:

(1) **المجال الأول-** أصحاب المصالح Stakeholders: يعني مصطلح أصحاب المصالح كل الأفراد أو الجماعات أو المنظمات التي تتأثر مباشرة بسلوكيات المنظمة، حيث تشعر هذه الأطراف بأن لها حصة أو منفعة من أداء المنظمة، وهناك نوعين من أصحاب المصلحة، النوع الأول هم الأطراف الداخلية ذات المصلحة، والذين يتكونون من (حملة الأسهم، والعاملون، والمديرون، وأعضاء مجلس الإدارة)، أما النوع الثاني فهم الأطراف الخارجية ذات المصلحة، والذين يتكونون من (العملاء،والموردون، والحكومة، والنقابات والاتحادات، والمنظمات المحلية، والجمهور العام)، وتمارس المنظمات مسؤوليتها الاجتماعية تجاه هذه الأطراف بمستويات متنوعة[2]، ففيما يتعلق بالزبون تمارس المنظمة مسؤوليتها الاجتماعية عن طريق تزويده بالسلع والخدمات التي تشبع أو تلبي حاجاته طوال الوقت وبشكل واسع، وتشمل المسؤولية الاجتماعية للموظفين تحقيق المنظمة للمتطلبات الأساسية وتأمين الحوافز المادية وغير المادية لهم، وبالنسبة للمجتمع المحلي تبرز المسؤولية الاجتماعية من خلال الاهتمام بالمساهمات الخيرية ودعم البيئة المحلية، في حين تمارس المنظمة مسؤوليتها الاجتماعية للحكومة من خلال دفعها للضرائب؛ الأمر الذي من شأنه المساهمة في دعم القطاعات الحكومية المتعددة بما فيها القطاع الصحي، والتي تسهم في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع، أما ما

---

(1) الغالبي، طاهر محسن منصور و العامري، صالح مهدي حسن، **مرجع سابق**، 2008، ص90.

(2) Hartman، L. P., Perspectives In Business Ethics. USA: McGraw-Hill, 2002, p149.

يتعلق بالمزودين فمسؤولية المنظمة تجاههم تكون بكيفية تعاملها معهم من حيث الاهتمام بالمواعيد، وتوزيع أعمالها عليهم دون تفرقة،وتحقق حاجياتهم.

(2) **المجال الثاني-** البيئة الطبيعية Natural Environment: ظهرت في الآونة الأخيرة الكثير من الجماعات الضاغطة باتجاه حماية البيئة من التلوث الذي يصيب الماء والهواء والأرض، وتمارس هذه الجماعات ضغوطًا سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، وأصبح لتلك الجماعات من يساندها ويدعمها من الجمهور العام، وتعتبر شركات النفط والشركات الكيماوية من أكثر المنظمات التي تتسبب في تلوث البيئة، وعمومًا ليس هناك منظمة أعمال لا يوجد لها مخلفات تضر بالبيئة، ولهذا السبب تسعى الكثير من المنظمات؛ ومن خلال الأفراد العاملين فيها؛ إلى محاولة توفير أجواء عمل في بيئة صحية،وكذلك المساهمة في تنمية البيئة الطبيعية وحمايتها على المدى البعيد وبشكل مستمر، وتطوير السمعة الحسنة للمنظمة في مجال حماية البيئة.

(3) **المجال الثالث -** رفاهية المجتمع Social Welfare: إذ يتطلب هذا المجال من المنظمات العمل على تحسين الرفاه الاجتماعي بشكل عام،ولجميع أفراد المجتمع، من خلال المساهمة في الأنشطة الخيرية،وأعمال الإحسان، ودعم الأنشطة الرياضية والثقافية والفنية التي تساهم في رفع ذوق المجتمع، وعدم خرق مبادئ وحقوق الإنسان.

خامسًا - مناهج دراسة المسؤولية الاجتماعية

هناك العديد من المناهج لدراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات وأنماطها، ويمكن تلخيص أهم المناهج التالية لذلك[1]:

- المنهج الأول، ويتضمن: النمط التقليدي للمسؤولية الاجتماعية والنمط الاجتماعي، ونمط الكلفة الاجتماعية.
- المنهج الثاني، وهو المنهج الاجتماعي، وهناك بعدين لهذا المنهج؛ ينصب الأول منهما على الداخل، ويتعلق بالعاملين وتحسين ظروفهم، في حين يتعلق البعد الثاني وهو الخارجي بالتعامل مع إشكالات المجتمع.
- المنهج الثالث، والذي أسسه الباحث كارول، ويتضمن أربعة أبعاد محددة هي: البعد الاقتصادي، والبعد القانوني، والبعد الأخلاقي،والبعد الخيري، والذي تم تناوله سابقًا.
- المنهج الرابع، ويحدد ثلاثة أنماط مختلفة لتبني المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات وهي: نمط المسؤولية الاقتصادية الذي يعني تعظيم الربح، ونمط المسؤولية الاجتماعية الذي يأخذ احتياجات المجتمع بعين الاعتبار، والنمط الثالث هو النمط المتوازن الذي يهتم بالأمرين معًا.
- المنهج الخامس، وهو منهج المسؤولية الاجتماعية الشاملة، والذي يتحدث عن تجسيد المسؤولية الاجتماعية والأداء الاجتماعي للشركات بثلاثة أبعاد، وهي: بعد الخير الشامل، وبعد المسؤولية الشاملة، وبعد السياسة الشاملة.

ولدى دراسة الأدب الإداري الذي يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية يتضح أن هناك تباينًا في الآراء إزاء هذه القضية، فمن مؤيد لها إلى معارض ومنتقد.

(1) Nickels, Mchngh and Mchugh, **Understanding Business**, Mc Grew-Hill, 2002, p103.

يرى المؤيدون لتبني المسؤولية الاجتماعية أنهم يتوقعون من الشركات أن تلعب دورًا بعيدًا عن الجانب الاقتصادي، اعتقادًا منهم أن أرباحها ستتصاعد تباعًا، وأن الالتزامات الأخلاقية تفرض على الشركات إيجاد دور اجتماعي لها من أجل تحسين صورتها، ناهيك عن دورها الايجابي في تحسين البيئة الاجتماعية والحد من التدخل الحكومي في شؤون الشركات، ويقلل ذلك من حدة النقد لهذه الشركات، إضافة إلى تعزيز مكانة الشركة وزيادة مبيعاتها، ما يؤدي ذلك بدوره إلى تحقيق انجازات اجتماعية كبيرة، ويتم تجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة.

أما معارضو تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات فيؤكدون أن لعب هذه الشركات لدور اجتماعي سوف يؤدي إلى خرق قاعدة تنظيم الأرباح التي تعد القاعدة الأساسية التي ترتكز عليها هذه الشركات، كونها وجدت لتعمل وتقدم منتجاتها بجودة عالية وأسعار منافسة، كي تتمكن من التوسع في استثماراتها وتعمل على إيجاد فرص عمل لأبناء المجتمع، كما يقول الاقتصاديون الليبراليون وفي مقدمتهم الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد ميلتون فريدمان.

ويتابعون القول أن استمرار وتوسع الشركات في القيام بدور اجتماعي سيؤدي إلى اضمحلالها مع مرور الزمن، إضافة إلى محدودية قدرتها المادية، وافتقارها للمهارات الكافية التي تمكنها من النهوض بالدور الاجتماعي، وصعوبة المساءلة القانونية والمحاسبة عن أنشطتها الاجتماعية لعدم وجود جهة عليا رسمية من المجتمع المحلي تستطيع قياس ما حققته الشركات من انجاز اجتماعي.

سادسًا - المسؤولية الاجتماعية في التنمية الشاملة

ما زال مفهوم المسؤولية الاجتماعية في البلدان العربية في مهده، وما زالت الشركات في هذه الدول تتحسس خطاها في هذا المجال، والنظرة السائدة في هذه الشركات هي أن ما تقوم به حيال مجتمعاتها لا يعدو كونه مساهمة منها في أعمال الخير والإحسان التي اشتهرت بها مجتمعات الشرق الأوسط. ولحسن الحظ فان التقدم التكنولوجي الذي جعل من العالم كلاً متكاملاً، فتح عيون هذه الشركات على ممارسات نظيراتها في الدول المتقدمة وما تقوم به تجاه مجتمعاتها وبيئتها، وما تجنيه تلك الشركات من منافع تتمثل في زيادة الأرباح ونمو حصصها السوقية، وخلاصة القول في هذا الجانب أن موضوع المسؤولية الاجتماعية بدأ يأخذ مكانه في اهتمامات وسياسات الشركات العربية، وانتقل من خانة أعمال البر والإحسان إلى خانة الإسهام الفاعل في تحقيق التنمية المستدامة من منظور الواجب الأخلاقي والقانوني والإنساني، لذلك فقد خصصت كثير من الشركات إدارات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية، كما أُنشئت شعب ولجان داخل الغرف التجارية والصناعية لتُساعد المنضمون تحت عضويتها على اعتماد مبدأ المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجيات أعمالها، وأن يكون ذلك مبدءًا ثابتاً في تقارير أدائها المالي والإداري.

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءًا أصيلاً من حوكمة الشركات، بل من أساليبها وأنماطها الإدارية، ومن هنا فقد نشأت الحاجة لبناء كوادر مؤهلة تمتلك القدرات والمهارات لتفعيل المسؤولية الاجتماعية، وقياس عائدها ورصد أداء تلك الشركات وفق معايير ومؤشرات محددة ومعتمدة.

ويتطلب السعي نحو تحقيق التنمية المستدامة الأخذ بمجموعة من الشروط الاستراتيجية، منها الأخذ بالبعدين الاقتصادي والاجتماعي معًا، ثم الارتكاز إلى البعد الجغرافي في إجراء التحليل، وإن الأخذ بهذين البعدين سيسهم في تحقيق التكامل الوظيفي والمكاني في التخطيط للتنمية المستدامة في المناطق الحضرية[1].

وفي مستوى المداخل المنهجية، وتحقيق عمليات المشاركة في بناء القدرات وتمكين أفراد المجتمع المحلي، يمكن الأخذ بمدخل التقييم والتخطيط والتنفيذ بالمشاركة، ويساعد هذا المدخل على الكشف عن معطيات المجتمع المحلي التي تؤدي تنميتها إلى تأمين سبل المعيشة المستدامة للأفراد، كما يساعد في تبادل المعرفة وتسهيل الحوار بين أعضاء المجمع المحلي وبين القائمين على تنفيذ البرنامج، وهو الأمر الذي يضمن وضع خطط وسياسات تراعي المصالح الفردية في حدود المصالح العامة، وبالتالي يضمن الاستدامة في المدى الطويل[2].

كما أثبتت التجارب التنموية في دول العالم الثالث على مدى خمسينيات وستينيات القرن الماضي أن بعض هذه الدول حقق بالفعل النمو الاقتصادي المنعكس في رفع إجمالي الناتج القومي، بينما ظلت مستويات معيشة هذه الشعوب دونما تحسن ملحوظ، وثبت معه فشل مفاهيم النظريات الغربية في التنمية والتي تقتصر على رفع إجمالي الناتج القومي كأحد أهم مؤشرات النمو الاقتصادي.

وفي بداية الثمانينات ازدادت الأحوال سوءاً بانخفاض معدلات نمو إجمالي الناتج القومي في كثير من دول العالم الثالث، وقد صار مؤكدا أن التنمية ليست مجرد مقاييس اقتصادية وكمية للدخل والبطالة والتفاوت

---

(1) هيكل، سعيد أحمد، علم الاجتماع الحضري، عمان، دار أسامة، 2011، ص222.

(2) الجوهري، هناء محمد، علم الاجتماع الحضري، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009، ص 277.

الاجتماعي، وأن التخلف أمر واقع يصيب حياة الأفراد، وهكذا تتشكل ثقافة الفقر في تلك المجتمعات يصاحبها إحساس الأفراد بأن حياتهم غير آدمية وتسيطر عليهم مشاعر اليأس والإحباط والحرمان[1].

لقد أغفلت الكثير من النظريات الغربية خصوصيات المجتمعات النامية وحاجاتها حينما تركت أمر التخطيط للاقتصاديين الليبراليين الذين يرتكزون إلى المفاهيم الاقتصادية الجامدة في إحداث عمليات النمو، دونما أي اهتمام بجوانب المسؤولية الاجتماعية، وكأن المجتمعات ما هي إلا شركات ضخمة يمكن إدارتها بالنظريات والمفاهيم الاقتصادية الحسابية، وجرى إغفال الكثير من العناصر التي يمكن استغلال طاقاتها في عمليات التنمية والتحديث، مثلما جرى إغفال دور الموارد البشرية والطاقات المعنوية والروحية في التعبئة الاجتماعية، ودور التفاعل والتأثير المتبادل بين هذه الموارد المادية والمعنوية، وغير ذلك من العوامل[2].

وكان أن بدأت تحل مفاهيم التنمية الشاملة ثم التنمية المستدامة محل المفاهيم السابقة، ويشير مفهوم التنمية المستدامة إلى اعتبار الإنسان محور التنمية بأبعاده الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية، وتتكون التنمية المستدامة من ثلاثة مجالات على الأقل: اقتصادية، وبيئية، واجتماعية ثقافية، ومع أنه يمكن تعريف التنمية المستدامة وفقا لكل مجال من تلك المجالات منفردا، إلا أن أهمية المفهوم تكمن تحديدا في العلاقات المتداخلة بين تلك المجالات، فالتنمية الاجتماعية المستدامة تهدف إلى التأثير على تطور الناس والمجتمعات بطريقة تضمن من خلالها تحقيق العدالة وتحسين ظروف المعيشة والصحة، أما في التنمية البيئية المستدامة فيكون الهدف الأساس هو حماية الأنساق الطبيعية والمحافظة على الموارد الطبيعية، في

(1) Michael Todaro, Economic Development in The Third World, Overseas Development Council, New York, P63.

(2) عمار، حامد، في بناء الإنسان العربي، القاهرة، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية، 1992، ص 44.

حين يتمثل محور اهتمام التنمية الاقتصادية المستدامة في تطوير البنى الاقتصادية؛ فضلا عن الإدارة الكفوءة للموارد الطبيعية والاجتماعية[1].

ووفق التوصيف الذي حددته منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو)، "فإن التنمية لا يمكن إلا أن تكون جهدًا نابعًا من الداخل، تعقد العزم عليه وتتضافر على الاضطلاع به جميع القوى الحيوية في الأمة، ومن ثم فإنها ينبغي أن توحد بين جميع أبعاد الحياة، وجميع طاقات المجتمع الذي يتعين على كل فرد وكل مجموعة مهنية وكل فئة اجتماعية فيه المشاركة في المجهود العام واقتسام ثماره"[2].

وفي ضوء الإخفاقات التي واجهتها مفاهيم التنمية المستوردة ونظرياتها ذات الارتكازات الاقتصادية والليبرالية الغربية، كان يجب على المسؤولين في المجتمعات العربية العودة لدراسة الطاقات الحقيقية الكامنة أو الفاعلة في مجتمعاتها، واستثمار تلك الطاقات، وفق إصلاحات شاملة في المستويات الديمقراطية والحريات؛ مما سيعزز الانتماء والشعور بالمسؤولية، ومما سيطلق الإبداعات ويجذب الكفاءات المهاجرة أو المهمشة، ومما سيحفز سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية في القطاعين الخاص والحكومي، وكل ذلك ضمن رؤية كلية شاملة تبدأ من الشعور بالمسؤولية والسعي لنشر ذلك من خلال القدوة الحسنة، في العلاقة بين الراعي والرعية، وبما يردم الفجوة بين الخطاب الرسمي والواقع المعاش[3]. وهذا يعني أيضًا من ضمن ما يعني عدم التشبث بالقوالب الجاهزة حول التنمية الشاملة أو التنمية المستدامة، ذلك أن هذه المصطلحات تتضمن الكثير من المنظورات والاختلافات، ونقطة الانطلاق الأساسية في تحديد القالب

---

(1) الغامدي، عبد الله بن جمعان. التنمية المستدامة، بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة، **مجلة الاقتصاد والإدارة**، جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مجلد 23، العدد 1 لسنة 2009، ص 177-226.

(2) أبو أصبع، صالح خليل، قضايا إعلامية، الطبعة الثانية، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005، ص195.

(3) عمار، حامد، مرجع سابق، 1992، ص 46.

المناسب هي ما تسفر عنه التجارب المحلية أو الوطنية في تحديد عناصر التنمية ومرتكزاتها بناءً على معرفة الواقع بأبعاده المختلفة؛ وليس بناءً على معرفة النظريات والقوالب الجاهزة، ومن هنا يأتي دور التراث المحلي الإيجابي في المسؤولية الاجتماعية كعنصر أساس في تصميم خطط التنمية المستدامة، ومن ذلك الثقافات المحلية ذات الركائز الدينية (الأخوة والقدوة)، أو الاجتماعية (التكافل والتضامن)، أو الاقتصادية (التعاون والمبادرة)، لتكون عناصر أساسية في عمليات التحفيز والاستدامة.



الفصل الثاني
التطور المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية
Conceptual Development of Social Responsibility

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكِّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. بيان التطور المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية
2. تحديد مفهوم حوكمة الشركات وعلاقة ذلك بالمسؤولية الاجتماعية
3. بيان مضمون التشاركية بين القطاعين الحكومي والخاص
4. شرح فلسفات ونظريات التنمية الاقتصادية
5. توضيح المقصود بالتمكين وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية
6. شرح مفهوم رأس المال الاجتماعي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية

الفصل الثاني
التطور المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

Conceptual Development of Social Responsibility

المقدمة Introduction

بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالظهور عندما بدأت تتعالى الأصوات المطالبة بضرورة تبني منظمات الأعمال لدور اجتماعي تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، كونها تستخدم موارد وإمكانات ذلك المجتمع، وتحقق الربح على حساب الإضرار بالبيئة، واستغلال طاقات وقدرات الأفراد، الأمر الذي يتطلب منها أن تسهم في معالجة الكثير من المشاكل التي يعاني منها المجتمع.

يتناول هذا الفصل مجموعة من المفاهيم والمصطلحات الحديثة التي تتصل بجوانب المسؤولية الاجتماعية بهذا القدر أو ذاك، ولا بد لكل مهتم بموضوعة المسؤولية الاجتماعية من الإلمام بهذه المفاهيم وغيرها مما يتصل بهذا الشأن، فالحاكمية المؤسسية واحدة من المفاهيم التي ترتبط بشكل كبير بالمسؤولية الاجتماعية؛ كونها ترتبط بكيفية اضطلاع الجهات ذات العلاقة المباشرة والتي تحكم المنظمة وتوجه مسارها بكيفية تحقيق مصالح كل الأطراف المرتبطة بها، وبالتالي توضيح كيفية قيام المنظمة بتحقيق أهدافها وأهداف الجهات المرتبطة بها، في حين يلعب موضوع التنمية الاقتصادية دورًا مهمًا في تطور عمل المنظمات، وبالتالي تعزيز مفهوم مسؤوليتها الاجتماعية، بينما يعتبر موضوع التشاركية بين القطاعين الحكومي والخاص ذات أهمية كبيرة في تعزيز مفاهيم

المسؤولية الاجتماعية لدى الطرفين، وتعتبر فلسفة التنمية المستدامة من الموضوعات التي ازداد الاهتمام بها في إطار مسؤولية الدولة بتوفير احتياجات الجيل الحاضر بما لا يمس حقوق الأجيال القادمة، وفي إطار مسؤولية المنظمات تجاه العاملين بها، فقد ازداد اهتمام تلك المنظمات بتمكين العاملين فيها، ومنحهم قوة اتخاذ القرارات التي تخصهم وتخص أعمالهم، وانتهى الفصل بتوضيح مفهوم رأس المال الاجتماعي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية.

أولاً- تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية

The Development of Social Responsibility

طالت فترة الاعتقاد المستند إلى النظرية الرأسمالية والفلسفة الليبرالية بأن الشركات التجارية والأعمال الحرة تسهم في تنمية المجتمع ورفاهه بطرق غير مباشرة، استنادًا إلى ما يعرف بآليات السوق الحر، عبر تحقيق الأرباح، وزيادة القدرة الاستهلاكية، وتوسيع دائرة الفئات المستهلكة، وعبر تقليل معدلات البطالة، ودعم الأجور، ورفع القيود عن الكثير من الأنشطة الاقتصادية مثل التصدير والاستيراد والاستثمارات الكبرى، وتعزيز قطاع الخدمات على حساب القطاعات الإنتاجية. ومع دخول الكثير من الأنظمة الرأسمالية في أزمات مالية ومصرفية حادة، واستمرار جيوب الفقر والتفاوت الاجتماعي الكبير في مجتمعاتها؛ فقد بدأت التساؤلات تثار عن جدوى الاعتقاد الأعمى بقدرة النظام الرأسمالي وبقدسيته، مما دفع لبداية مراجعات نقدية تطال مبادئ النظام الرأسمالي نفسها، بعد أن كان ذلك يعد خطيئة كبرى في ظل الحرب الباردة مع الفلسفة الاشتراكية ممثلة بمنظومة الدول الاشتراكية وعلى رأسها الاتحاد السوفييتي.

وفي ضوء ذلك فقد اتسعت الاعتقادات والتقديرات بمسؤولية النظام الرأسمالي عن خلق مشكلات اجتماعية وبيئية جمة إلى جانب المشكلات الاقتصادية، وبدأت التساؤلات تثار عن رؤى جديدة تخلف قواعد النظام الرأسمالي، وتحاول التخلص من المآزق والأزمات التي خلفها ذلك النظام في المجالات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، لذلك فقد نشطت الكثير من الحركات الاجتماعية في الغرب؛ خصوصًا الحركات الاجتماعية التي ترفع راية الاحتجاج على السياسات الرأسمالية مذكرة بالكوارث التي تسببت بها النظم الرأسمالية.

كذلك، فقد بدأت القناعة تزداد وتتعمق في أن ما يرفع من شعارات حول "المسؤولية الاجتماعية" ما هي إلا شعارات فارغة من مضمونها خالية من أي فائدة حقيقية، وإن ما ينفق في هذا المجال تحت شعار "المسؤولية الاجتماعية" هو جزء من الدعاية والتضليل وتلميع الصور لتلك الشركات، التي ما تزال تجعل من "تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح" الهدف الأسمى والنهائي لأعمالها، بما في ذلك أعمالها الشعاراتية والطقوسية في مجالات "المسؤولية الاجتماعية".

وفي هذا السياق بدأت بعض الشركات بالتنبه لمفاهيم وفلسفات جديدة في تسيير أعمالها وتحقيق مصالحها، ومن ذلك فلفسة أو مفهوم القيمة المشتركة، الذي يقوم على فكرة الاعتراف بدور الاحتياجات المجتمعية في تشكيل الأسواق، إلى جانب الاحتياجات الاقتصادية التقليدية، كما يعترف بقدرة المشكلات الاجتماعية على الامتداد والتأثير في الشركات، مسببة لها خسائر وتكاليف داخلية تضاف إلى تكاليف الشركة ذاتها ،مثل إهدار الطاقة، والمواد الخام، والحوادث، والحاجة إلى تدريب العاملين لعلاج قصور الإمكانات التعليمية والثقافية[1]، من هنا

---

(1)المختار الإداري، 2011.، متاح على: http://www.edara.com/Products/Search.aspx?Subject=111&l=library

فإن المقصود "بالقيمة المشتركة" هو توسيع نطاق القيمة الاقتصادية والاجتماعية الكلية للأفراد والشركات، وبالتالي الاقتصاد ككل.

ثانيًا. الحاكمية المؤسسية والمسؤولية الاجتماعية

Corporation Governance & Social Responsibility

يقصد بالحاكمية عمومًا عملية ممارسة السلطة السياسية والاقتصادية والإدارية لتسيير شؤون البلد على المستويات كافة، وقد تعاظمت الأهمية الحيوية للحاكمية بشكل واضح في بناء نهج التنمية البشرية المستدامة، وتتسم الحاكمية المنشودة بجملة من الخصائص، أهمها[1]:

- المشاركة والشفافية والمساءلة للسلطات.
- الكفاءة والفاعلية في إدارة الموارد الاقتصادية والاجتماعية المتاحة.
- تحقيق الإنصاف.
- تعزيز سيادة القانون.
- توفر المعلومات مع مصداقيتها.

ويشير مصطلح الشركة Corporation إلى الشركة المساهمة العامة، وهي آلية تقام لتسمح للأطراف المختلفة لتساهم برأس المال، والخبرة، والجهد لما هو في مصلحتهم جميعًا، وتشمل هذه الأطراف:

- حملة الأسهم، الذين يساهمون بأموالهم ويحصلون على حصة من الأرباح بدون تحمل المسؤولية عن العمليات المختلفة.
- الإدارة، والذين يساهمون بخبرتهم وجهدهم في إدارة الشركة بدون أن يتحملوا المسؤولية عن توفير الأموال.

(1) البستاني، باسل، جدلية نهج التنمية البشرية المستدامة منابع التكوين وموانع التمكين، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009، ص69.

ولجعل العلاقة بين حملة الأسهم والإدارة ممكنة، تصدر الحكومات قوانين لتحديد مسؤولية وحقوق حملة الأسهم، وبالمقابل، تحدد أيضًا مشاركتهم بفعاليات الشركة، وهذه المشاركة والحقوق تشمل:

(1) الحصول على حصة من الأرباح.

(2) إقرار حسابات الشركة وخططها والتغييرات الجذرية في عملها.

(3) اختيار أعضاء في مجلس الإدارة يحملون المسؤولية القانونية عن تمثيل وحماية مصالح حملة الأسهم.

وتتمثل مسؤولية مجلس الإدارة، كممثلين عن حملة الأسهم، في تحديد السياسات الرئيسية للشركة والتأكد من تحققها، وبالتالي، واجب الموافقة على كل القرارات التي يمكن أن تؤثر على أداء الشركة في المدى البعيد، مما يعني بأن من يحكم الشركة هو بالأساس مجلس الإدارة الذي يشرف على الإدارة العليا بموافقة حملة الأسهم.

وبالتالي فإن حاكمية الشركة Corporate Governance: هي مصطلح يشير إلى العلاقة بين هذه الأطراف الثلاثة التي تحدد اتجاه وأداء الشركة المساهمة، أي أن الجهات التي تحكم المنظمة وتوجه مسارها، هي: (1) حملة الأسهم، (2) مجلس الإدارة، (3) الإدارة العليا.

(1) مفهوم حوكمة الشركات:

جرى تحديد مصطلح "حوكمة الشركات" من قِبل البنك الدولي وصندوق النقد تحت اسم Corporate Governance، وهو ما تم ترجمته للعربية واتفق على تعريفه بالإدارة الرشيدة، سواء للشركات تحديدًا أو الاقتصاد بصورة عامة، واستقر مجمع اللغة العربية في مصر على لفظة (حوكمة).

وتعني" حوكمة الشركات"مجموعة من القوانين والنظم والقرارات التي تهدف إلى تحقيق الجودة والتميز في الأداء، عن طريق اختيار الأساليب

المناسبة والفعالة لتحقيق خطط وأهداف الشركة، وبمعنى آخر، فإن الحوكمة تعني النظام؛ أي وجود نظم تحكم العلاقات بين الأطراف الأساسية التي تؤثر في الأداء، كما تشمل مقومات تقوية المؤسسة على المدى البعيد وتحديد المسؤول والمسؤولية، وتعني أيضًا الإطار الذي تمارس فيه الشركات وجودها، وتركز الحوكمة على العلاقات بين الموظفين وأعضاء مجلس الإدارة والمساهمين وأصحاب المصالح وواضعي التنظيمات الحكومية، وكيفية التفاعل بين كل هذه الأطراف في الإشراف على عمليات الشركة، والمقصود بمبادئ "حوكمة الشركات" تلك القواعد والنظم والإجراءات التي تحقق أفضل حماية وتوازن بين مصالح مديري الشركة والمساهمين فيها وأصحاب المصالح الأخرى المرتبطة بها. وبينما يمكن اعتبار هذه القواعد مكملة للنصوص الواردة في شأن الشركات في القوانين المختلفة واللوائح التنفيذية والقرارات الأخرى الصادرة تطبيقاً لتلك القوانين واللوائح، إلا أن ما يعطي هذه القواعد خصوصية ويجعلها مختلفة عن القواعد القانونية المشار إليها هو أن قواعد حوكمة الشركات لا تمثل نصوصاً قانونية، ولا يوجد إلزام قانوني بها، وإنما هي تنظيم وبيان للسلوك الجيد في إدارة الشركات وفقاً للمعايير والأساليب العالمية التي تحقق توازناً بين مصالح الأطراف المختلفة، مما يعني أن حوكمة الشركات هي أقرب ما تكون إلى المسؤولية الاجتماعية تجاه الأطراف المختلفة منها إلى المسؤولية القانونية.

وقد اختار المنتدى الاقتصادي العالمي في دافوس خلال دورته الثالثة والثلاثين موضوع الحوكمة وبناء الثقة عنواناً له، وعلى أثر سلسلة الفضائح في عالم الأعمال الأميركي، أصبح تعبير "الحوكمة الشرِكاتية" متداولاً ومثيراً لاهتمام عالمي، وأقّر الكونغرس قانون "ساربينز أوكسلي" الذي يشدد على القواعد التنظيمية في الحوكمة الشركاتية، وتطورت

تداعيات مفهوم حوكمة الشركات إلى الحد الذي أصبح معه المفهوم شعاراً إصلاحياً وجزء من خطاب سياسي اقتصادي للحكومات أو من يقف في مقابلتها، وطرحت آليات مختلفة للتعامل مع استحقاقاته الإدارية والمالية والمحاسبية، وكذلك المهنية والأخلاقية.

ونشير بهذا الصدد أنه قد تم صياغة قواعد الحوكمة بما يؤكد طبيعتها الإرشادية، وبما يؤدي إلى شرح أحكامها شرحاً وافياً من دون التقيد بأسلوب الصياغة التشريعية الذي ينهض على الاختصار وتناول الأحكام العامة والمجردة.

(2) نشأة مفهوم حوكمة الشركات:

منذ عام 1997، ومع انفجار الأزمة المالية الآسيوية، أخذ العالم ينظر نظرة جديدة إلى حوكمة الشركات، ويمكن وصف الأزمة المالية المشار إليها بأنها كانت أزمة ثقة في المؤسسات والتشريعات التي تنظم نشاط الأعمال والعلاقات فيما بين منشآت الأعمال والجهات ذات المصلحة، وقد كانت المشاكل العديدة التي برزت إلى المقدمة في أثناء الأزمة تتضمن عمليات ومعاملات الموظفين الداخليين والأقارب والأصدقاء بين منشآت الأعمال وبين الحكومة، وحصول الشركات على مبالغ هائلة من الديون قصيرة الأجل، وفي نفس الوقت الذي حرصت فيه تلك الشركات على عدم معرفة المساهمين بهذه الأمور وإخفاء هذه الديون من خلال طرق ونظم محاسبية "مبتكرة"، وغير ذلك من التصرفات والإجراءات التي أورثت عدم الثقة، وانفجرت في شكل أزمة مالية ناتجة عن عدم الثقة تلك.

وقد اكتسبت حوكمة الشركات أهمية أكبر بالنسبة للديمقراطيات الناشئة نظرًا لضعف النظام القانوني الذي لا يمكن معه إجراء تنفيذ العقود وحل المنازعات بطريقة فعالة، كما أن ضعف نوعية المعلومات تؤدى إلى منع الإشراف والرقابة وتعمل على انتشار الفساد وانعدام

الثقة، ويؤدى إتباع المبادئ السليمة لحوكمة الشركات إلى خلق الاحتياطات اللازمة ضد الفساد وسوء الإدارة، مع تشجيع الشفافية في الحياة الاقتصادية ومكافحة مقاومة المؤسسات للإصلاح.

وقد أدت الأزمة المالية التي ضربت العالم عام 2008 إلى اتخاذ نظرة عملية جيدة عن كيفية استخدام حوكمة الشركات الجيدة لمنع الأزمات المالية القادمة، ويرجع هذا إلى أن حوكمة الشركات ليست مجرد شيء أخلاقي جيد تقوم الشركات بعمله فقط، بل إن حوكمة الشركات مفيدة لمنشآت الأعمال، ومن ثم فإن الشركات لا ينبغي أن تنتظر حتى تفرض عليها الحكومات معايير معينة لحوكمة الشركات إلا بقدر ما يمكن لهذه الشركات أن تنتظر حتى تفرض عليها الحكومات أساليب الإدارة الجيدة التي ينبغي عليها إتباعها في عملها.

وعلى سبيل المثال، فإن حوكمة الشركات الجيدة، في شكل الإفصاح عن المعلومات المالية، يمكن أن تعمل على تخفيض تكلفة رأس مال المنشأة، كما أن الحوكمة الجيدة للشركات تساعد على جذب الاستثمارات؛ سواء الأجنبية أم المحلية، وتساعد في الحد من هروب رؤوس الأموال، ومكافحة الفساد الذي يمثل إعاقة للنمو، وما لم يتمكن المستثمرون من الحصول على ما يضمن لهم عائدًا عن استثماراتهم، فإن التمويل لن يتدفق إلى المنشآت، وبدون التدفقات المالية لن يمكن تحقيق الإمكانات الكاملة لنمو المنشأة، وإحدى الفوائد الكبرى التي تنشأ من تحسين حوكمة الشركات هي ازدياد إتاحة التمويل وإمكانية الحصول على مصادر أرخص للتمويل، وهو ما يزيد من أهمية الحوكمة بشكل خاص بالنسبة للدول النامية.

إن حوكمة الشركات تعتمد في نهاية المطاف على التعاون بين القطاعين العام والخاص لخلق نظام لسوق تنافسية في مجتمع ديمقراطي

يقوم على أساس القانون، وتتناول حوكمة الشركات موضوع تحديث العالم العربي عن طريق النظر في الهياكل الاقتصادية وهياكل الأعمال التي تعزز القدرة التنافسية للقطاع الخاص، وتجعل المنطقة أكثر جذبًا للاستثمار الأجنبي المباشر، كما تحقق تكاملاً للمنطقة في الأسواق العالمية.

ويمكن القول إن ثمة عوامل ارتبطت بالمناخ الاقتصادي في دول العالم أسهمت في خروج مفهوم حوكمة الشركات إلى العلن، منها[1]:

1. انفجار الأزمة المالية الآسيوية عام 1997، والتي كانت، كما أسلفنا، أزمة ثقة في المؤسسات والتشريعات التي تنظم نشاط الأعمال والعلاقات فيما بين منشآت الأعمال والحكومة، وكذلك ظهور سلسلة الفضائح التي تعرضت لها الكثير من الشركات من خلال التلاعب بقوائمها المالية ابتداءً بفضيحة شركة إنرون Enron وما تلا ذلك من سلسلة اكتشافات تلاعب الشركات في قوائمها المالية التي كانت لا تعبر عن الواقع الفعلي لها، وهو ما جعل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية تصدر مجموعة من الإرشادات في شأن حوكمة الشركات بشكل عام، وهو ما أظهر بوضوح أهمية حوكمة الشركات حتى في الدول التي كان من المعتاد اعتبارها أسواقًا مالية "قريبة من الكمال".
2. زاد من حدة الدعوة إلى حوكمة الشركات، ممارسات الشركات متعددة الجنسية في الاقتصادات العالمية، حيث تقوم بعمليات الاستحواذ والاندماج بين الشركات من أجل السيطرة على الأسواق العالمية، فرغم وجود الآلاف من الشركات متعددة الجنسية، فإن

(1) المصدر: http://www.islamonline.net/Arabic/economics/2005/09/article14.shtm

هنــاك 100 شــركة فقــط هــي الــتي تــسيطر علــى مقــدرات التجــارة الخارجية على مستوى العالم، من خلال ممارستها الاحتكارية.

3. أسهم ضعف النظام القانوني للديمقراطيات الناشئة في تطور مفاهيم الحوكمة من أجل التغلب على ضعف نوعية المعلومات التي تؤدي إلى منع الإشراف والرقابة وتعمل على انتشار الفساد وانعدام الثقة.

(3) أهداف حوكمة الشركات:

تهدف قواعد وضوابط الحوكمة إلى تحقيق الشفافية والعدالة ومنح حــق مــساءلة إدارة الــشركة، وبالتــالي تحقيــق الحمايــة للمــساهمين والمستفيدين جميعًا، مع مراعاة مصالح العمل والعمال، والحد من استغلال السلطة في غير المصلحة العامة بما يؤدي إلى تنمية الاستثمار وتشجيع تدفقه وتنمية المدخرات وتعظيم الربحية وإتاحة فرص عمل جديدة، كما أن هذه القواعد تؤكد أهمية الالتزام بأحكام القانون والعمل على ضمان مراجعة الأداء المــالي، ووجــود هياكــل إداريــة تمكــن مــن محاســبة الإدارة أمــام المــساهمين، مــع تكــوين لجنــة مراجعــة مــن غــير أعــضاء مجلــس الإدارة التنفيذية تكون لها مهمات واختصاصات وصلاحيات عدة لتحقيق رقابة مــستقلة علــى التنفيــذ، وتــؤدي الحوكمــة في النهايــة إلى زيــادة الثقــة في الاقتصاد القومي، وتعميق دور سوق المال وزيادة قدرته على تعبئة المدخرات ورفــع معــدلات الاســتثمار، والمحافظــة علــى حقــوق الأقليــة أو صــغار المستثمرين، ومن ناحية أخرى تشجع الحوكمة على نمو القطاع الخاص ودعـم قدراتـه التنافسية وتـساعد المـشروعات في الحـصول علـى التمويـل، وتوليد الأرباح وخلق فرص عمل.

(4) مبادئ منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية في حوكمة الشركات:

تحدد منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية إطارًا تفصيليًا لكي تستوفي الشركات شروط الحوكمة، ويتم تطبيقها وفق خمسة معايير توصلت إليها، تتمثل في:

1. حفظ حقوق كل المساهمين: وتشمل نقل ملكية الأسهم واختيار مجلس الإدارة والحصول على عائد في الأرباح، ومراجعة القوائم المالية وحق المساهمين في المشاركة الفعالة في اجتماعات الجمعية العامة.
2. المعاملة العادلة لحملة الأسهم: وتعنى المساواة في التعامل بين كل المساهمين، وحقهم في الدفاع عن حقوقهم القانونية والتصويت في الجمعية العامة على القرارات الأساسية، والاطلاع على كل المعاملات مع أعضاء مجلس الإدارة أو المديرين التنفيذيين.
3. دور أصحاب المصلحة أو الأطراف المرتبطة بالشركة: ويقصد بأصحاب المصالح البنوك والعاملين وحملة المستندات والموردين والعملاء، وتشمل أيضًا الإقرار بحقوق أصحاب المصالح المنصوص عليها في القانون أو عبر اتفاقيات متبادلة، وتشجيع التعاون النشط بين الشركات وبين أصحاب المصالح، وتشمل التعويض عن أي انتهاك لتلك الحقوق وكذلك آليات مشاركتهم الفعالة في الرقابة على الشركة.
4. الإفصاح والشفافية: ضمان الإفصاح الدقيق، وفي الوقت المناسب عن كل المسائل المادية التي تتعلق بالشركة، بما في ذلك الوضع المالي والأداء والملكية وحوكمة الشركة، وتتناول الإفصاح عن المعلومات الهامة ودور مراقب الحسابات والإفصاح عن ملكية النسبة العظمى من الأسهم والإفصاح المتعلق بأعضاء مجلس الإدارة والمديرين

التنفيذيين، ويتم الإفصاح عن كل تلك المعلومات بطريقة عادلة بين المساهمين وأصحاب المصالح في الوقت المناسب ومن دون تأخير.

5. مسؤوليات مجلس الإدارة: وتشمل هيكل مجلس الإدارة وواجباته القانونية، وكيفية اختيار أعضائه ومهامه الأساسية وضمان التوجيه الاستراتيجي للشركة، والرقابة الفعّالة على الإدارة من قبل مجلس الإدارة، وضمان مسؤولية مجلس الإدارة تجاه الشركة وحملة الأسهم.

ونود أن نشير إلى أن دور "الحوكمة" لا يقتصر على وضع القواعد والقوانين ومراقبة تنفيذها، لكن يمتد ليشمل أيضًا توفير البيئة اللازمة لدعم مصداقيتها، وهذا لا يتحقق إلا بالتعاون بين كل من الحكومة والسلطة الرقابية والقطاع الخاص والفاعلين الآخرين بما فيهم الجمهور، ويأتي هذا التعاون في سياق مفهوم التشاركية باعتباره نوعًا من أنواع المسؤولية الاجتماعية.

ثالثًا. التشاركية بين القطاعين الحكومي والخاص

يشار للتشاركية بالحروف (PPP) وهي مشتقة من الحروف الأولى في عبارة "حزمة العلمية التشاركية" Process Package Participatory، وقد بدأ استخدام التشاركية يدخل ضمن أدبيات التنمية للدلالة على ضرورة المشاركة في التنمية بين القطاعين العام والخاص، ثم انتقل إلى أدبيات المنظمات المدنية والأدبيات الديمقراطية، فأصبحنا نقرأ عن "الديمقراطية التشاركية" و"تشاركية صناعة القرار" والتشاركية بين الجهات أو المكونات الداخلية داخل المؤسسة الواحدة نفسها[1].

تتأسس التنمية التشاركية على المقاربة التشاركية بين القطاعين الحكومي والخاص، ذلك أن المبدأ المركزي في هذه التنمية هو تقاسم

(1) Porter, Michael & Kramer, Marker, "Creating Shared Value" in Harvard Business Review. January – February 2011.

المعرفة وسلطة اتخاذ القرار، وهذا يعني أن نجاح هذه التنمية رهين بتوفر المناخ الديمقراطي والدور الفاعل للمنظمات المحلية وحياد الإدارة واحترام الحقوق الفردية.

ويرى البعض ضرورة تفعيل التشاركية مع القطاع الخاص، ولكن في الإطار الذي يعزز الدور السياسي والاقتصادي والاجتماعي والرقابي للدولة، وذلك لحماية الطبقات والشرائح الضعيفة وضمان ترسيخ الجانب الاجتماعي لاقتصاد السوق، ويتضمن المقترح الرابع تفعيل خطط واستراتيجيات التنمية البشرية والاستثمار في الإنسان كفرد وكجزء لا يتجزأ من المجتمع لأنه الاستثمار الأهم على الإطلاق، لأن هذا الاستثمار لا يعطي قيمة مضافة أكبر للعمل الاقتصادي فحسب، بل يرفع من سوية الوعي الاجتماعي والثقافي والفكري والأخلاقي، ويضيق الفجوات والتشوهات والانحرافات الذهنية القبلية والإثنية والطائفية.

رابعًا - نظريات التنمية الاقتصادية

Economic Development Theories

خلال الفترة (1945- 1990) وجدت ثلاثة أنظمة على الصعيد الدولي، هي: الرأسمالي، والاشتراكي، والنامي، هذه الأنظمة تباينت بصورة محسوسة في طبيعتها وتوجهاتها وقدراتها الاقتصادية والسياسية والعسكرية.

فالنظام الرأسمالي كان نظام الغرب الذي دعمته وقادته أمريكا، وضم معها كلاً من أوروبا واليابان، وهذا النظام المتبادل الاعتماد (Inter-dependent) أثبت في عمق تفاعل أطرافه قدرات ديناميكية احتوائية هائلة أكدت موقعه الأقوى بين الأنظمة على الصعد كافة.

ويقابل هذا النظام الرأسمالي النظام الاشتراكي الذي تمثل بالاتحاد السوفياتي بقيادة روسيا، هذا النظام كان مستقلاً (Independent) مؤْثِرًا

الانكفاء لكي يتفرغ للبناء حفاظًا على إنجازاته النابعة من محدودية إمكاناته الذاتية، ومع انهيار الاتحاد السوفييتي في مطلع التسعينيات من القرن الماضي فقد هوى النظام الاقتصادي الاشتراكي ليتاح المجال أمام سيادة النظام الدولي الجديد، بالقطب الأوحد في السياسة والاقتصاد والإعلام وغير ذلك.

أما الدول النامية، فقد بقيت بين هذين النظامين معتمدة وتابعة (Dependent) في طبيعة أنظمتها ووجودها، محتارةً في معظمها في المسار الذي يتوجب عليها أن تختاره، وفي ذلك، احتذى بعضها بتنمية النموذج الاشتراكي في التخطيط ومركزية توجيه الدولة، بينما احتذى بعضها الآخر بالنموذج الرأسمالي مثالاً في تأكيده حرية الأسواق والتبادل بريادة القطاع الخاص، لكن هذه الدول اكتفت بعد رحلة طويلة وشاقة من المعاناة في التنمية أنها انتهت غارقة في الاعتماد والحاجة اقتصاديًا، ومناطق نفوذ سياسياً، يزيد في كل هذا فرقتها ويغذيه تباين فلسفاتها وأنظمتها وتراجع إمكانياتها[1].

(1) فلسفات التنمية

ظلت فلسفة التنمية الكلاسيكية مهيمنة على أغلب التجارب والأنماط في الدول النامية، ومنذ مطلع الستينيات حتى مطلع الثمانينيات من القرن الماضي، وشملت تلك الهيمنة الفكر والتحليل الاقتصادي، ويعتمد جوهر هذه الفلسفة على الليبرالية وحرية السوق، وبالتالي تحديد دور الدولة على الصعيد الاقتصادي، وتتضمن أهم الركائز التي يستند إليها هذا النموذج ما يلي:

(1) البستاني، باسل، جدلية نهج التنمية البشرية المستدامة منابع التكوين وموانع التمكين، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009، ص42.

1. أن النمو يشكل شرطًا ضروريًا وكافيًا لتحقيق التقدم الاقتصادي.
2. اعتبار الدخل المؤشر الأساس لقياس الرفاهية.
3. معاملة النمو والتنمية كمفهوم واحد.

وفي الحقيقة فإنه لم تتولد عن هذا النموذج المسطر للتنمية أي قصص نجاح وعدت بها الحكومات ووكالات المعونة، ولا يزال منتقدو هذا النموذج في تزايد[1]، وقد أظهرت الانتقادات الواسعة الموجهة إلى هذا النموذج غياب أبعاد حيوية في بنائه وتوجهاته أهمها[2]:

1. إهماله للجانب الاجتماعي بتأكيده أولوية النمو الاقتصادي.
2. اعتباره العامل البشري وسيلة وحسب في العملية الإنتاجية.
3. تأكد عدم قدرته على إدامة النمو.
4. تدميره للبيئة بأسلوبه غير العقلاني في استخدام الموارد الطبيعية.
5. انحسار العدالة والإنصاف في توزيع المنافع، فالأولوية تأتي لتحقيق النمو حتى وإن ترافق ذلك مع عدم وجود العدالة والمساواة في نمط توزيع الدخل.

(2) نظرية تنمية الموارد البشرية

برزت في أواخر عقد الثمانينيات وأوائل التسعينيات من القرن الماضي نظريات جديدة للنمو الاقتصادي تؤكد أهمية التنمية البشرية باعتبارها القوة الدافعة الحقيقية للتقدم الاقتصادي، خلافًا لتحقيق التنمية الشاملة؛ وخصوصًا في المستوى الاجتماعي.

إن النظرية الجديدة بدأت تضع العامل البشري في موقعه المناسب باعتباره رأس المال الأكثر أهمية، ذلك أن التنمية تعتمد في تطورها

---

(1) ماكفيل، توماس، الإعلام الدولي النظريات، الاتجاهات، والملكية. **ترجمة حسني** محمد **نصر وعبد الله الكندري**. العين، **دار** الكتاب الجامعي، ، ترجمة حسني نصر وعبد الله الكندي، 2005، ص 68.

(2) البستاني، باسل، **جدلية نهج التنمية البشرية المستدامة منابع التكوين وموانع التمكين**، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009، ص 42.

وتقدمها ونتائجها على السلوك البشري قبل أن يكون رأس المال المادي هو الأساس؛ مثلما آمنت النظريات الرأسمالية الكلاسيكية في التنمية، التي جعلت من رأس المال وتراكمه المحرك الأساس للتنمية اعتمادًا على ما عرف بالنتائج التلقائية لهذه العملية وهي "الأثر التساقطي" (Trickle – Down Effect).

(3) التنمية والتنمية المستدامة:

أصدرت اللجنة الدولية للبيئة والتنمية في عام 1987 تقرير براندتلاند (Brandtland) المعنون "مستقبلنا المشترك" جاعلاً من قضية التنمية المستدامة قضية دولية تشكل هدفاً للدول الصناعية والنامية على حد سواء، وتم تعريف التنمية المستدامة Sustainable Development في هذا التقرير بأنها "التنمية التي تلبي احتياجات الجيل الحاضر دون التضحية أو الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها"[1]، وقد حددت اللجنة أيضًا ثلاثة عناصر قالت أنه من الواجب الموازنة بينها لضمان التنمية المستدامة، وهذه العناصر الثلاثة، والمعروفة أيضًا بالركائز الثلاث للتنمية المستدامة، هي: الناس، والكوكب، والربح، وبمعنى آخر فإن الدافع نحو تحقيق الرخاء الاقتصادي من خلال تحقيق (الربح) يجب أن لا يطغى على الإدارة الفاعلة للبيئة (الكوكب)، أو على حساب أعضاء المجتمع (الناس)، الذين يشملون الموظفين والمجتمعات المحلية، ويجب أن تؤخذ جميع هذه العناصر الثلاثة في الحسبان في الوقت نفسه.

وجاء تقرير التنمية الدولي الأول عام 1990 من قبل برنامج الأمم المتحدة للبيئة ليؤكد على هذا المفهوم وليقوم بتوسيعه ليشمل الإدارة السليمة للبيئة، وأوضح أن الهاجس الأساس للاستدامة يتمحور حول الموارد في

(1) WCED (World Commission on Environment and Development), *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press, 1987.

ارتباطها بالبيئة من حيث طبيعة الاستخدام والتعامل معها، على أن الأضرار التي تلحق بالبيئة كان مصدرها الدول الصناعية والنامية على حد سواء، وأكد التقرير على ضرورة مراعاة العدالة بين الأفراد والفئات الاجتماعية في مسار التغيير والتطور، ثم تأكيد الإنصاف في ترابط المصالح داخل كل جيل، وكذلك بين الأجيال المتعاقبة.

يتضح مما سبق بأن التنمية المستدامة هي تصور تنموي شامل يعمد إلى تقوية مختلف المجالات المجتمعية بما فيها الاقتصادية والبيئية، فهي استثمار لكل الموارد من أجل الإنسان، ويرى كثيرون أن التنمية المستدامة هي التي تصيغ اليوم جزءًا كبيرًا من السياسة البيئية المعاصرة للدول، وبسبب عمومية هذا المفهوم؛ فقد تبنت كل الحكومات تقريبًا التنمية المستدامة كأجندة سياسية، من جهة، وكمفهوم يرتبط بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة من جهة أخرى، وفي كثير من الأحيان فقد عكست تلك الأجندات التزامات سياسية مختلفة تجاه الاستدامة. ويتطلب إنجاز التنمية المستدامة واحدًا من أمرين اثنين: إما تقليص حجم طلب المجتمع على موارد الأرض، أو زيادة حجم الموارد حتى يمكن تجسير الفجوة بين العرض والطلب إلى حد ما، وتهدف هذه العملية إلى التوحيد التدريجي للمطلوب من الموارد والمعروض منها، والسؤال المطروح هو: كيف يمكن الدمج بين المطالب والموارد؟ وتتضمن الإجابات المتوقعة عن هذا التساؤل تحديد معاني وتعريفات متنوعة ومتنافسة للتنمية المستدامة، لأن مسألة كيفية دمج المطالب والموارد يمكن أن يجاب عليها بعدة وسائل مختلفة، تبعًا لاختلاف رؤى أطياف الفكر البيئي، إذ إن هناك من جهة منظرون يحاولون تعديل جانب الموارد من العلاقة بينما يقف في الجهة الأخرى كتاب يركزون على تغيير جانب الطلب[1].

---

(1) الغامدي، عبد الله جمعان، مرجع سابق، 2007

وبرغم الالتزام الدولي الكبير تجاه التنمية المستدامة، فقد تم تعريفها وفهمها وتطبيقها بطرق مختلفة، الأمر الذي تسبب بدرجة عالية من الغموض حول معنى مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي يعتبر من المفاهيم الصعبة، وقد أورد فوكي وبراساد[1] Fowke & Prasad أكثر من ثمانين تعريفاً مختلفاً للمفهوم، وتكمن مشكلة مفهوم التنمية المستدامة في أنه يتأثر بعلاقات القوة بين الدول وداخلها مما يتطلب مراجعة نقدية دقيقة لهذا المفهوم.

وفي هذا السياق أوضح كل من Grosskurth & Rotmans أن هناك أربع خصائص رئيسة للتنمية المستدامة، تتمثل فيما يلي[2]:

1. أن التنمية المستدامة تمثل ظاهرة عبر جيلية، أي أنها عملية تحويل من جيل إلى آخر، فالتنمية المستدامة لا بد أن تحدث عبر فترة زمنية لا تقل عن جيلين، وبالتالي فإن الزمن الكافي للتنمية المستدامة يتراوح بين 25 إلى 50 سنة.
2. أن التنمية المستدامة عملية تحدث في مستويات عدة تتفاوت بين العالمي، والإقليمي، والمحلي، ومع ذلك فإن ما يعتبر مستداماً على المستوى القومي ليس بالضرورة أن يكون كذلك على المستوى العالمي، ويعود هذا التناقض الجغرافي إلى آليات التحويل والتي من خلالها تنتقل النتائج السلبية لبلد أو منطقة معينة إلى بلدان أو مناطق أخرى.
3. تتكون التنمية المستدامة من ثلاثة مجالات على الأقل، هي: الاقتصادية، والبيئية، والاجتماعية الثقافية، وبالرغم من أنه يمكن

(1) Fowke R and Prasad D, 1996. Sustainable development, cities and local government. Australian Planner 33 61–6.

(2) Grosskurth, J. & J. Rotmans. The Scene Model: Getting Grip on Sustainable Development in Policy Making. Environment, Development and Sustainability, 7, no.1, 2005,135–151.

تعريف التنمية المستدامة وفقًا لكل مجال من تلك المجالات منفردًا ، إلا أن أهمية المفهوم تكمن تحديدًا في العلاقات المتداخلة بين تلك المجالات، حيث تهدف التنمية الاجتماعية المستدامة إلى التأثير على تطور الناس والمجتمعات بطريقة تضمن من خلالها تحقيق العدالة وتحسين ظروف المعيشة والصحة ، في حين يكون الهدف الأساس للتنمية البيئية المستدامة حماية الأنساق الطبيعية والمحافظة على الموارد الطبيعية ، بينما يتمثل محور اهتمام التنمية الاقتصادية المستدامة في تطوير البنى الاقتصادية ، وتحقيق الإدارة الكفؤة للموارد الطبيعية والاجتماعية.

4. تتعلق الخاصية الرابعة بالتفسيرات المتعددة للتنمية المستدامة ، فعلى الرغم من أن كل تعريف يؤكد على تقدير للاحتياجات الإنسانية الحالية والمستقبلية وكيفية الإيفاء بها ، إلا أنه في الحقيقة لا يمكن لأي تقدير لتلك الاحتياجات أن يكون موضوعيًا ، إضافة إلى أن أية محاولة ستكون محاطة بعدم التيقن، ونتيجة لذلك فإن التنمية المستدامة يمكن تفسيرها وتطبيقها وفقًا لمنظورات مختلفة.

(4) نظرية الخدمة الاجتماعية للعاملين

تشير الخدمة الاجتماعية إلى مجموعة من الوسائل العلمية والفنية التي تتخذ ، وكذا كافة الجهود التي تبذل لرفع البؤس المادي والمعنوي عن هؤلاء العاملين، وذلك عن طريق النهوض بمستواهم الصحي والثقافي والاجتماعي، مع تهيئة الجو المناسب لخلق التكيف اللازم بين العامل وبين عمله ورب العمل الذي يعمل عنده، وكذلك بين الهيئة التي يعمل فيها ، والمجتمع الذي يتعامل معه ، تكيفًا يشعره بقسط وافر من السعادة والاستقرار النفسي، بحيث ينعم بمسكن صالح ، وغذاء واف، وصحة جيدة ، كما تتاح له الفرص الكافية من التعليم الذي يعده لأن يكون لبنة

صالحة في مجتمعه، الأمر الذي يؤدي إلى رفع روح العامل المعنوية ويزيد من كفاءته الإنتاجية[1].

خامسًا- التمكين وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية

Empowerment & Social Responsibility

(1) مفهوم التمكين

تعني كلمةُ التمكين، لغةً التقويةَ أو التعزيزَ، وهناك آراء مختلفة حول تعريف التمكين لارتباطه بقضايا مهمة مثل: اللامركزية، والجودة الشاملة، وتحقيق التميّز، واستراتيجية المنظمة، وثقافتها وعمل الفريق، وغيرها من القضايا.

جاء مفهومُ التمكين Empowerment في الفكر الإداري ليطالب بالتخلي عن النموذج التقليدي للقيادة؛ الذي يركزُ على التوجيه، إلى قيادة تؤمن بالمشاركة والتشاور لزيادة الإفادة من الإنسان، وهذا بدوره يتطلب تغيُّرًا جذريًا بأدوار العمل، حيث يرى Besterfield et al.[2] بأن التمكين هو استثمارُ المخزونِ الهائل من الطاقات الكامنة والموجودة لدى العاملين من مختلف الخبرات، حيث يمكن من خلاله الإفادةُ من الطاقات الكامنة الموجودة لدى العاملين والتي تظهر على شكل ابتكاراتٍ جديدةٍ وإبداعاتٍ؛ ما يساعدُ في تأهيل الصف الثاني من العاملين ليحل مكانَ الصفِ الأولِ مستقبلاً.

وأشار كثير من المفكرين إلى أنَّ التمكين يتضمن ممارساتٍ؛ كإثراء الوظيفةِ، وفرق العمل الذاتية، واستقلالية فرق العمل، باعتبار أن التمكين هو حالةٌ ذهنيةٌ داخليةٌ تحتاج إلى تبنِّي واستعدادٍ من قِبل الفردِ، لكي تتوافر له الثقةُ بالنفس، والقناعةُ بما يمتلك من قدراتٍ معرفيةٍ

(1) عليش، محمد ماهر، **إدارة الموارد البشرية**، الكويت، إدارة المطبوعات، 1985، ص483.

(2) Besterfield, D.H., Besterfield, C., Besterfield, G. H. & Besterfield, M., Total Quality Management, P96, New Jersey: Person Prentice Hall, 2003.

تساعدُهُ في اتخاذ قراراته، واختيار النتائج التي يريد أن يصل إليها. كما أن تمكينَ العمال المؤهَّلين، وأصحاب الكفاءة، سيؤدي إلى توصيل خدمةٍ مميزةٍ واستثنائيةٍ لمعظم الأسواق التنافسية، وسيؤدي بالتالي إلى مضاعفةِ الأرباح، وتطور العاملين في المستوى الأدنى من الهرم الوظيفي، وهذا في حد ذاته ممارسة لنشاط المسؤولية الاجتماعية(1).

وينظر إلى التمكين على أنه استراتيجية حديثة تهدف لإطلاق الطاقات الكامنة للأفراد، ومشاركتهم بتحديد الرؤية المستقبلية للمنظمة، وذلك لأن نجاحَ المنظمة يعتمد على كيفية تكامل حاجات الأفراد مع رؤية المنظمة وأهدافها، لذا فالتمكين هو عملية نقلُ المسؤوليةِ والسلطة من المديرين إلى المرؤوسين، ومشاركة العاملين في سلطة اتخاذ القرار، ليصبح المرؤوس مسؤولاً عن جودة ما يقرر أو ما يؤديه من أعمال، وأيضاً المشاركة في المعلومات والمعرفة وفي تحليل المشكلات وصنع القرارات مما يؤدي إلى نقل السيطرة من الرئيس إلى الموظف نفسه، وفي هذا الأمر تكمن عملية اضطلاع المنظمة بمسؤوليتها تجاه العاملين، من خلال منحهم الصلاحيات اللازمة للمساهمة في اتخاذ القرارات.

ومن أكثر تعريفات التمكين شمولاً ما أشار إليه ملحم(2)، والذي أوضحَ بأن التمكينَ يتمثل في إطلاقِ حريةِ الموظفِ، وهو حالةٌ ذهنيةٌ، وسياقٌ إدراكيٌ لا يمكن تطويره بشكل يُفرَضُ على الإنسان من الخارج بين عشية وضحاها، وهذه الحالةُ الذهنيةُ تحتاج إلى تبنِّي الفرد لها، لكي تتوافرَ له الثقةُ بالنفس والقناعة بما يمتلك من قدراتٍ معرفيةٍ تساعده في اتخاذ قراراته، واختيار النتائج التي يريد الوصولَ إليها، وبالتالي

(1) المعاني، أحمد، وعريقات، أحمد، والصالح، أسماء، وجرادات، ناصر، **قضايا إدارية معاصرة**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011، ص 188.

(2) ملحم، يحي سليم، **التمكين كمفهوم إداري معاصر**، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006، ص60.

فإن الموظفَ الذي يمتلكُ هذه الحالةَ الذهنيةَ يكون لديه مجموعة من الخصائصَ يمكن أن نطلقَ عليها خصائصَ الحالةِ الذهنيةِ للتمكين، والتي تشتمل على:

1. الشعور بالسيطرة والتحكم في أدائه للعمل بشكل كبير.
2. الوعي والإحساس بإطار العمل الكامل (أي الأعمال والأشياء التي تدور في ذلك العمل الخاص الذي يقوم به الموظف).
3. المساءلة والمسؤولية عن نتائج أعماله.
4. المشاركة في تحمل المسؤولية فيما يتعلق بأداء الوحدة، أو الدائرة، وحتى المؤسسة التي يعمل بها.

يتمحور مفهومَ تمكين العاملين حول إعطاء الموظف صلاحية وحرية أكبر في مجال الوظيفة المحددة التي يقوم بها من ناحية، ومن ناحية أخرى منحه حرية المشاركة وإبداء الرأي في أمور تتعلق بسياق الوظيفة، بالإضافة إلى منحه الحرية في تحديد كيفية تنفيذه لعمله، وهذا يبرزُ كمعتقداتٍ فرديةٍ يمتلكها الفردُ لدوره وعلاقاته بمنظمته[1]. وبالتالي تركز معظم التعريفات لعملية للتمكين على مجالين رئيسين، هما:

- **الأول:** التغيير على المستوى الفردي في الوعي، وكذلك في السلوك (المهارات) بما يحقق قدرًا معقولاً من السيطرة على المتغيرات المؤثرة، وكذلك الثقة بالذات والحق بصنع القرار واختيار البدائل.
- **الثاني:** التنظيم الجماعي بهدف التغيير الاجتماعي – الاقتصادي، وبذلك فإن التمكين يستهدف توسيع قدرات الناس لتكون دافعًا لتعزيز خياراتهم، ودعماً لانفتاح آفاق حريتهم، ومشاركتهم في اتخاذ

(1)المعاني، احمد إسماعيل (2009). **أثر تمكين العاملين على تحقيق التميز للمؤسسات الأردنية المشاركة بجائزة الملك عبد الله الثاني للتميز**، دراسة ميدانية.أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا: عمان الأردن.

القرارات التي تؤثر على حياتهم، فهم بذلك ليسوا منتفعين فحسب، بل مشاركين في عمليات التنمية واتخاذ القرارات والسياسيات.

(2) أهمية التمكين

حدد المختصون أسبابًا عديدةً للاهتمام بالتمكين، إلا أن الحافزَ الرئيس للاهتمام المتصاعد بالتمكين هو التحرك نحو الجودة، وبالتحديد نحو إدارة الجودة الشاملة (Total Quality Management) من خلال تطوير ثقافة الجودة، ومن خلال مشاركة جميع العاملين والتزامهم بالتطوير المستمر للوصول إلى رضا الزبائن، ولا يمكن أن يحدثَ التطوير المستمر إلاّ من خلال مشاركة العاملين، وتحملهم المسؤولية، والمشاركة باتخاذ القرار[1].

يعتبر التمكين ضروريًا لزيادة الفعالية الإنتاجية من خلال سعي المنظمة لاستخراج أقصى طاقات العاملين لديها والحصول على أفضل إبداعاتها، ويُنظَرُ إلى التمكين بشكلٍ عامٍ باعتباره جزءًا من خطةٍ كليةٍ لإحراز تقدمٍ منظمٍ في مجالات الفاعلية الإنتاجية وإدارة الجودة وخدمة العميل واستمرارية التطوير[2]، كما يعود التمكين بالعديد من الفوائد على العاملين لأنه يجعلهم يشعرون بأنهم يقدمون أفضل لمؤسساتهم، ما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية، وإعطائهم الشعور بالوجود والاحتراف.

كما أن تمكين العاملين المؤهلين أو أصحاب الكفاءة سيؤدي إلى توصيل خدمة مميزة واستثنائية في معظم الأسواق التنافسية؛ وبالتالي مضاعفة الأرباح، فالتمكين هو الأداة التي سوف تزيد العائد وتطور العاملين في المستوى الأدنى من الهرم الوظيفي، ما يسهم في تحسين

(1) المعاني، أحمد وآخرون، مرجع سابق، 2011، ص191.

(2) أفندي، حسين عطية، تمكين العاملين: مدخل للتحسين والتطوير المستمر.القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2003.

الإنتاجية والجودة، وبالتالي فهو أفضل طريقة لخلق علاقة جيدة ودائمة بين العاملين والزبائن، وهذا ما يسهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية.

وتتأتي أهمية التمكين من خلال السعي لتحقيق أهدافٍ مؤسسيةٍ لا يمكن تحقيقها دون إشراك العاملين فيها، فالمديرون ورؤساءَ الأعمال الذين مهَّدوا الطريقَ لتمكين العاملين، إنما فعلوا ذلك لأنهم أدركوا أن هناك أهدافاً مؤسسية لا يمكن تحقيقها دون إشراك العاملين فيها، إذ تحتاج المنظمة إلى معلوماتهم وخبراتهم ومهاراتهم، لتحقيق تلك الأهداف، والمنظمة الممكَّنة بحاجة إلى أهداف واضحة وإدارة حاسمة، ونقطة الانطلاق في ذلك، هي عندما يبدأ المديرون والرؤساء إعطاء وقت لوضع أهداف مؤسسية، والتفكير في إسهام التمكين في إحراز هذه الأهداف.

كذلك، يسهم التمكين في زيادة الانتماء الداخلي بالنسبة للموظف، كما يسهم في زيادة انتمائه للمهام التي يقوم بها وزيادة انتمائه لفريق العمل الذي ينتمي له، وزيادة الانتماء هي محصِّلةٌ لرغبته في العمل مما يؤدي إلى تناقص معدل دوران العمل، فالتمكين يؤدي إلى تطوير مستوى أداء الموظف، ورفع مستوى الرضا لديه، وفكرة تحسين أداء الموظفين هي فكرةٌ ذاتُ أهميةٍ كقوةٍ دافعةٍ، ومحصلةٍ مهمةٍ تقف خلف برامج التمكين، فتحسين نوعية الأداء وخاصة في مؤسسات الخدمات بواسطة برامج التمكين يُعَدُّ عاملاً من عوامل نجاح هذه المؤسسات لأنه يعني الفرق بين النجاح والفشل على المدى الطويل، وهذا في حد ذاته يعتبر نوعًا من المسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمة تجاه العاملين بها.

وبناءً على ما صرحت به دائرة العمل الأميركية، فإن العمال الممكنين غالباً ما يكون العائد والأرباح لمنظماتهم أكثر من العمال غير الممكّنين،

خاصة وأن التمكين يأتي في مقدمة جهود تطوير الجودة[1]، وعمومًا تنحصر أهمية التمكين بما يلي[2]:

1. حاجة المنظمة إلى أن تكون أكثر استجابة للسوق.
2. تخفيض عدد المستويات الإدارية في الهياكل التنظيمية.
3. الحاجة إلى عدم انشغال الإدارة العليا بالأمور اليومية وتركيزها على القضايا الاستراتيجية طويلة الأجل وتسريع اتخاذ القرارات.
4. الحاجة إلى الاستغلال الأمثل لجميع الموارد المتاحة خاصة الموارد البشرية للحفاظ على تطوير المنافسة.
5. أهمية سرعة اتخاذ القرارات.
6. إطلاق قدرات الأفراد الإبداعية والخلاَّقة.
7. توفير المزيد من الرضا الوظيفي والحفز والانتماء.
8. الحدُّ من تكاليف التشغيل بالتقليل من عدد المستويات الإدارية غير الضرورية ووظائف الأفراد.
9. إعطاءُ الأفراد مسؤولية أكبر، وتمكينهم من اكتساب إحساس أكبر بانجاز عملهم.

وتتركز الأهدافَ الرئيسةَ للتمكين، بشكلٍ رئيسٍ على الأمور المهمة الآتية[3]:

1. رفع الجودة وزيادة الإنتاجية.
2. تحقيق ميزة تنافسية.
3. تحقيق أهداف مؤسسية.
4. زيادة الانتماء الداخلي.
5. تطوير مستوى الأداء.

(1) Boonze, L. E. & Kurtz, D. (1998). **Contemporary Marketing**. Texas : The Dryden Press, pp32-45.

(2) أفندي، حسين عطية، مرجع سابق، 2003، ص20 – 26.

(3) المعاني، أحمد، مرجع سابق، 2008.

6. رفع مستوى رضا الموظفين وتحقيق التميز.

وفي هذا السياق، فإن الأهمية القصوى للتمكين تتمثل في كونه يؤدي إلى تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال تحسين أداء العاملين، وبما يعزز الرضا لديهم، وكذلك تقوية القبول من قبل المجتمع لخدمات أو منتجات تلك المنظمة، مما يسهم في تعميق القبول الاجتماعي لتلك المنظمات.

(3) أنواع التمكين

1. **التمكين الإداري أو الوظيفي:** يختص بمنح الموظف السلطة المتعلقة بالأعمال والموضوعات ضمن تخصصه الوظيفي، وتحريره من الضبط المحدد عن طريق التعليمات، ومنحه الحرية لتحمل مسؤولية آرائه، وقراراته، وتطبيقاته.

   وهذه القوة تتخذ عدة أشكال على حسب التخصص الذي تطبق فيه، وفي علم الإدارة، هناك مجموعة من العناصر التي يمكن أن تعتبر جوانب قوة تمكن الموظف من أداء عمله بشكل أفضل، مثل الصلاحية، والمسؤولية، والمعرفة، والمظهر، والتكنولوجيا، والعلاقات، والمال، والسمات الشخصية.

   لكن عملية التمكين هي أبعد من عملية إعطاء الموظف الصلاحية، إذ إنها تشمل دائرة أوسع تضم المعرفة والمستوى التقني والثقة بالذات، وهذه المهارات الذاتية من شأنها إذا وضعت في القالب الصحيح أن تعطي الموظف أفضل النتائج على صعيد عمله[1].

2. **التمكين الاجتماعي:** يستهدف الفئات الاجتماعية المختلفة، فهو تمكين للنساء أو تمكين نسائي، أو تمكين لفئة المعوقين أو ذوي

(1) خالد أبو مطيع، مفاهيم إدارية: لتمكين، جريدة الوسط البحرينية / 10 ابريل 2004.

الاحتياجات الخاصة، أو تمكين العمال غير المهرة بتدريبهم وإكسابهم المهارات اللازمة.

3. **التمكين الشبابي:** يهدف إلى تنمية مهارات الشباب حسب أعمارهم ومستوياتهم التعليمية، وحسب قدراتهم واتجاهاتهم، بما يساعدهم في حل المشكلات التي تواجههم في المجتمع، مثل: (البطالة، والانحراف، والمخدرات، وأوقات الفراغ، وعدم القدرة على التأسيس للحياة الزوجية، وغيرها)، وبما يساعدهم أيضًا على المشاركة في حياة المجتمع الاقتصادية والإبداعية والاجتماعية والسياسية.

سادسًا . رأس المال الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية

Social Capital & Social Responsibility

(1) مفهوم رأس المال الاجتماعي

يتمثل التعريف المبسط لرأس المال الاجتماعي في ما أورده "تقرير التنمية البشرية 1996" والذي يفيد بأنه "قدرة الناس على تشكيل علاقات فيما بينهم، خاصة على أساس الثقة والتبادلية"، ومن آثار ذلك تعميق التماسك والاندماج الاجتماعي، وزيادة الثقة بالحاكمية إلى جانب المساءلة والشفافية، وزيادة كفاءة قطاع الأعمال وفاعليته[1].

لقد أشارت العديدُ من الدراسات إلى أهمية شبكة العلاقات الداخلية والخارجية للمنظمات عموماً، والتي أصبح يتم تناولها حالياً "كرأس مال اجتماعي"، فالعلاقات تلعب الدور الرئيس في المنظمات كونها تشكل رأس المال الاجتماعي، وهناك نوعان من العلاقات المهمة، هما[2]:

(1) البستاني، مصدر سابق، 2009، ص 151.

(2) المعاني، أحمد، وآخرون، مرجع سابق، 2011، ص 279.

1. العلاقة الداخلية بين العاملين، والتي قد تكون علاقة تعاون تسهم في تحقيق النجاح، أو علاقة صراع تقود إلى الفشل.
2. العلاقات الخارجية مع أصحاب المصلحة المباشرين، والتي تتمثل في العلاقة مع: الزبائن، والموردين، والمنافسين، والحكومة، وأصحاب الشركات غير المنافسة، وهذه أيضاً قد تكون علاقة ايجابية قائمة على التعاون، أو علاقة سلبية قائمة على المنازعات.

ويمكن تعريف رأس المالِ الاجتماعي كمفهومٍ مُهمٍ في عملية تنمية المجتمعات بأنَّه: "مجموعةُ القيم والأخلاق الاجتماعية التي تُسهِّلُ عمليات التفاعل الاقتصادي والسياسي؛ والتي تُشكِّلُ البنيةَ الأساسيةَ للعلاقات الاقتصادية والسياسية، وتتجسد تلك القيمُ والأخلاقُ في هياكلَ وبنىً اجتماعيةٍ تدعم أعضاءها وتدعم مصالحهم وتعضد تماسكهم"[1]، واستناداً لهذا التعريف فإن رأس المال الاجتماعي يُسهِّلُ من تبادل العلاقات والسلع، ويُقوي الثقةَ في عمليات ومؤسسات التبادل الاقتصادي ويزيد من كفاءتها وسرعتها.

(2) أهمية رأس المال الاجتماعي

يلعب رأس المال الاجتماعي دوراً مهماً في التنظيمات الاجتماعية المختلفة، باعتبار أن الركيزة الأساسية لرأس المال الاجتماعي تكمن فيما تحمله الشبكات الاجتماعية من قيمة. وعلى الرغم من أهمية رأس المال الاجتماعي، فإنه قد لا يكون مفيداً في كل الأحوال، فالمواطنين الأفراد والمجموعات والتي تدعم إنتاجية وتماسك المجتمع يفترض أن تكون مقومات ايجابية لرأس المال الاجتماعي، في حين أن المجموعات التي تسعى لتحقيق مصالح ذاتيةٍ خالصةٍ يمكن أن يُنظَرَ إليها باعتبارها رأس مالٍ سلبيٍ.

---

(1) جرادات، ناصر، أثر رأس المال البشري والاجتماعي على أداء الشركات العائلية الفلسطينية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان- الأردن، 2008، ص 52.

تكمن أهمية رأس المال الاجتماعي للمجتمع بشكل عام، وللمنظمات بشكل خاص من المنطلقات التالية[1]:

1. إن البشر مبرمَجون بيولوجياً للاعتماد على بعضهم بعضاً، وإن العلاقات الإنسانية التي تنشأ بينهم تمثل مهارة في التعامل، لذا فإن رأس المال الاجتماعي هو الذي ينمّي هذه المهارة في الأفراد.
2. يتميز الاقتصاد العالمي الحالي بالبحث عن الموهبة الضرورية لبلوغ الميزة التنافسية، وهذا يتطلب من المنظمات أن تبحث عن موظفين يمتلكون رأس مال بشري واجتماعي كبير، وإن امتلاك المنظمات لهذه المكونات في موظفيها سيسهم في بلوغها الميزة التنافسية.
3. إن التركيز على العوامل البشرية، بما تملكه من رأس مال اجتماعي وبشري، يعتبر التحدي الأبرز في عملية قيادة الآخرين.
4. إن الشبكات الاجتماعية وما ينتج عنها من علاقاتٍ تنشأ في السوق هي التي تسهم بشكلٍ أساسٍ في عمليات اتخاذ القرار، وتلعب دوراً رئيساً في تنمية المنظمات وتطورها.
5. إن العلاقات الاجتماعية هي أهم أسس التسويق الناجح على كل المستويات، فالعلاقات لها صفةُ الدوام حتى مع حدوث أية تغيرات في اتجاهات السوق، ولذلك تعتبر إحدى القوى الفعالة في رأس مال المنظمة، وإحدى الميزات التنافسية.
6. يساعد رأس المال الاجتماعي كلاً من المجموعات والأفراد على نحو يتميز بالكفاءة والفعالية على القيام بمجموعة من المهام التنموية الأساسية التي تتمثل في: التخطيط والتقييم واتخاذ القرار، وحشد الموارد وإدارتها، والاتصال ببعضهم بعضاً وتنسيق الجهود، والتوصل إلى حل للخلافات.

(1) جرادات، ناصر، والصالح، أسماء، والمعاني، أحمد، إدارة المعرفة، عمان، إثراء للنشر والتوزيع، 2011، ص 267.

وهناك أربعة أسباب تجعل رأس المال الاجتماعي مهماً للمنظمات، هي[1]:

1. يساعد في اعتماد التوازن في العلاقات في ظل التعقيدات وسوء الارتباطات الداخلية للعالم الحديث.
2. إن التركيز على العلاقات يسمح لقضايا التماسك الاجتماعي أن تحتل مكانة بارزة.
3. يساعد في إدخال نظرة طويلة الأمد في صنع السياسات والاستراتيجيات، فرأس المال الاجتماعي لا يمكن خلقه بسرعة، لأنه تجمع وعملية تتطلب، غالبًا، عدة سنوات.
4. يؤدي رأس المال الاجتماعي إلى تقليل المعضلات الأخلاقية في عمل المنظمات.

(3) العلاقة بين رأس المال الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية

استنادً إلى تعريف رأس المال الاجتماعي، الذي يتمثل في كونه يعني شبكة العلاقات الداخلية والخارجية للمنظمة، فإن العلاقة بينه وبين المسؤولية الاجتماعية تتمثل في قدرة رأس المال الاجتماعي على تحسين وتعزيز صورة المنظمة في أذهان العاملين بشكل أساس، ولدى جميع الأطراف ذات المصلحة بالمنظمة، خاصة عندما تكون تلك العلاقات إيجابية وقائمة على التعاون، وذلك لأن تلك العلاقات الإيجابية هي الكفيلة بتحسين صورة المنظمة؛ كونها تعني أو تشير إلى محاولة تحقيق مصالح كل الأطراف المرتبطة بها، سواء أكانت تلك الأطراف خارجية أم داخلية،فالعلاقة الطيبة والإيجابية لا يمكن أن تقوم دون أن تشعر تلك الأطراف أنها تحققت مصالحها، وعندها تكون المنظمة قد مارست مسؤوليتها الاجتماعية تجاه تلك الأطراف.

(1) Schuller, Tom (2002). The Complementary Roles of Human and Social Capital, **Centre for Educational Research and Innovation,** Birckbech College, University of London, Available: htt:// www.oecd/speaker.html.



الفصل الثالث
الأسس الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية
Ethics Foundations of Social Responsibility

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكّن دراسة هذا الفصل من:

1. تحديد مفهوم الأخلاق بشكل عام
2. شرح النظريات الأخلاقية
3. توضيح مفهوم أخلاقيات الأعمال
4. تتبع الاهتمام التاريخي لأخلاقيات الأعمال
5. توضيح مكوّنات أخلاقيات الأعمال
6. تحديد العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية

الفصل الثالث

الأسس الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية

Ethics Foundations of Social Responsibility

المقدمة Introduction

نتيجةً للمشاكل والانتقادات الكثيرة للكثير من الأعمال التي تمارسها الشركات، وفقدان الثقة بممارسات بعضها، والتي تركز فقط على مصالحها وتحقيق الربح على حساب الاهتمام بالبيئة والإنسان والمجتمع[1]، فقد حظيت أخلاقيات الأعمال في العقود الأخيرة باهتمام كبير في العالم، وبدأت تتعالى الأصوات التي تطالب بتطبيق وممارسة الأبعاد الأخلاقية في مختلف أعمال المنظمات، مع ضرورة أن تكون تلك الأبعاد الأخلاقية هي المحرك نحو تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية تجاه مختلف الفئات من أصحاب المصلحة، سواء الداخليين أو الخارجيين.

كما يعود الاهتمام المتزايد بأخلاقيات الأعمال، نتيجةً لوقوع الكثير من الفضائح الأخلاقية، والممارسات غير المقبولة التي تمارسها أو مارستها شركات معينة، الأمر الذي دعا للاهتمام بأخلاقيات الأعمال، وبحيث انطلقت تلك الشركات التي وقعت في تلك الفضائح، أو حتى تلك التي تخشى الوقوع في مثلها إلى ممارسة المسؤولية الاجتماعية تجاه مختلف الأطراف استناداً لأسس أخلاقية تحث على ممارسة وتحري الأخلاق في مختلف أعمالها وتوجهاتها.

---

(1) الغالبي والعامري، مرجع سابق، 2005، ص133.

وتشتمل أخلاقيات الأعمال على كل ما يتعلق بعمل المنظمة وعلاقتها بالمجتمع الذي تعمل فيه، إذ أصبحت الأبعاد الأخلاقية مطلباً ضرورياً ومهمًا، وبدون الاستناد إلى هذا البعد المهم فستجد المنظمة نفسها في مواجهة معضلات أخلاقية مطلوب منها مواجهتها وحلها، أو تحمل آثارها الكبيرة[1].

يتناول هذا الفصل تحديد مفهوم الأخلاق بشكلٍ عام، وشرح النظريات الأخلاقية المختلفة، وتوضيح مفهوم أخلاقيات الأعمال، وتتبع الاهتمام التاريخي لأخلاقيات الأعمال، وتوضيح مكوّنات أخلاقيات الأعمال، وبيان العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية.

أولاً . مفهوم الأخلاق عمومًا Ethics Concept in General

يشير مفهوم الخلق بشكلٍ عام إلى كل ما يملكه الفرد من سلوكاتٍ حميدة، أي أنه يعني الطَبعُ والسَّجيةُ والدينُ والمروءةُ والسلوكُ السليمُ والتعاملُ الإيجابيُ، وهو الابتسامةُ والتواضعُ والهدوءُ والتروي وضبطُ النفس والابتعادُ عن الغضب، والحلمُ والصبرُ، ويشير هذا إلى أن الخلق هو كلُّ ما نحبه ونفضله لدى التعامل مع الآخرين، ويرتبط الخلق ارتباطاً لصيقاً بمكنونة الفرد الداخلية، وما ينتج عن هذه المكنونة من سلوك وطباع يمكن من خلالها الحكم على خلقه، والخلق علم معياري يتناول مجموعة القواعد والمبادئ المجردة التي يخضع لها الإنسان في تصرفاته، ويحتكم إليها في تقييم سلوكه[2].

والخُلُقُ صفةٌ نفسيةٌ تصدر عنها الأفعال دون قصدٍ أو تَكلُّفٍ، وقد فرق المختصون بين الخُلُقِ والتخَلُّقِ، فالأخلاق، كما يرى كثيرون هي سجايا وطبائع، بينما يعني التخلُّقَ تَكلُّفٌ من الإنسان يحاول أن يظهر به

(1) المعاني، أحمد وآخرون، مرجع سابق، 2011، ص363.

(2) المصري، محمد عبد الغني، أخلاقيات المهنة، عمان، مكتبة الرسالة الحديثة، 2002، ص17.

من أخلاقه خلاف ما يبطن، والأخلاق إما أن تكون موروثة، أو مكتسَبَة[1]:

- **موروثة:** أي ناشئة ومولودة مع الشخص، كمن يولد وخُلُقُه الكرم أو الشجاعة، أو الإيثار.
- **مكتَسبَة:** من خلال المحيط الذي يعيش فيه الإنسان، وربما يمكن اكتسابها من خلال التدريب، أي أنها بهذا المعنى تشبه العادة أو العرف، ويعني ذلك أن خُلُقَ الإنسان يمكن أن يتغير مع تغير الوقت وتغير العوامل التي تؤثر فيه، ما يعني أن بيئة العمل هي أحد العوامل التي يمكن أن تؤثر في أخلاق وطباع الفرد.

وتعرف قواميس اللغة الأخلاق تعريفات متقاربة، فقد جاء في قاموس مختار الصحاح الخُلق بسكون اللام وضمها وهو السجية؛ وفلان يتخلق بغير خُلقه أي يتكلفه[2]، وجاء في مادة (خلق) الخُلق بضم اللام وسكونها: وهو الدين والطبع والسجية، وحقيقته أنه لصورة الإنسان الباطنية وهي نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة بها بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة وأوصافها ومعانيها، ولهما أوصاف حسنة وقبيحة، والثواب والعقاب يتعلقان بأوصاف الصورة الباطنية أكثر مما يتعلقان بأوصاف الصورة الظاهرة، وفي حديث عائشة، رضي الله عنها: كان خلقه القرآن، أي كان متمسكًا به وبآدابه وأوامره ونواهيه وما يشتمل عليه من المكارم والمحاسن والألطاف. وفي حديث عمر: من تخلق للناس بما يعلم الله أنه ليس من نفسه شانه الله، أي تكلف أن يظهر من خلقه خلاف ما ينطوي عليه، مثل تصنع وتجمل إذا أظهر الصنيع والجميل، وتخلق بخلق كذا: استعمله من غير أن يكون مخلوقا في فطرته، وقوله تخلق مثل تجمل أي أظهر

(1) المعاني، أحمد، وآخرون، مرجع سابق، 2011، ص364.

(2) مختار الصحاح، الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، الكويت، دار الرسالة، 1983، مادة خلق.

جمالاً وتصنع وتحسن، إنما تأويله الإظهار، وفلان يتخلق بغير خلقه أي يتكلفه[1].

وجاء في بعض القواميس الإنجليزية معانٍ واستخدامات مشابهة لما هي في القواميس العربية، ففي قاموس Longman عرفت الأخلاق Ethics بأنها: فكرة عامة أو اعتقاد يؤثر في سلوك الناس واتجاهاتهم، وقواعد أو مبادئ لآداب السلوك لتحديد ما هو الصواب والخطأ[2].

ويشار إلى التداخل في استعمال كلمتي الأخلاق والآداب؛ وفي اللغة العربية يعبر بهما عن الأوصاف التي يوصف بها السلوك البشري (خُلُق والجمع أخلاق، وأدّب والجمع آداب)، والكلمتان غير مترادفتين مع أن الواحدة منهما قد تنوب مناب الأخرى في كثير من الأحيان، لكن الفرق بينهما قد يتسع إلى درجة الافتراق[3].

فالأخلاق Ethics هي محاولة منظمة عبر إعطاء قيمة للخير، فردية واجتماعية؛ بطريقة ما، لتحديد القواعد التي ينبغي أن تحكم السلوك البشري، أما الآداب Moralities فهي التي تعبر عن القيم التي يعدها أفراد الجماعة مهمة، وتنعكس في القوانين والإجراءات والتعليمات والسياسات[4].

ويمكن استخلاص ما يتصل بموضوع هذا الكتاب من مبحث الأخلاق الذي يتسع في أبعاد فلسفية ومفاهيمية واجتماعية ومهنية ونفسية وغير ذلك من الأبعاد، ومن ذلك:

---

(1) لسان العرب لابن منظور، بيروت، دار صادر.2003. مادة خلق.

(2) Longman Dictionary of Contemporary English, Updated, Edition.http://www.ldoceonline.com/dictionary/ethic

(3) الجابري، محمد عابد، نقد العقل العربي، العقل الأخلاقي العربي. ص17، ط3، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009، س31.

(4) ياغي، محمد عبد الفتاح، الأخلاقيات في ال، ص17ة، عمان، لا دار نشر، 1995، ص26.

1. تتصف الأخلاق بالرسوخ، بمعنى الثبات والدوام، وتتصف بالتلقائية بمعنى أنها ضد التكلف[1].
2. يتضح أن الأخلاق مفهوم يبحث في الخير؛ والحسن؛ ويتقرب منه، كما يبحث في الشرّ والقبح ويبتعد عنه، ومن هنا تدخل الأخلاق في جميع العلاقات الإنسانية، وحتى في علاقة الإنسان بغيره من الكائنات الحية الأخرى، وهذه العملية تمارس بمراتب مختلفة أدناها مرتبة القيام بالواجبات عنوة، وأعلاها مرتبة الارتباط بالوجبات الفطرية الخيرة، والإنسان الخلوق هو الإنسان الخير في حياته الظاهرة والباطنة، الخاصة والعامة، لنفسه ولغيره، لجماعته ومجتمعه على حد سواء[2].
3. يرتبط الخلق ارتباطاً لصيقاً بمكنونة الفرد الداخلية، وما ينتج عن هذه المكنونة من سلوك وطباع يمكن من خلالها الحكم على خُلُقه.
4. ينظر علم النفس إلى الأخلاق بعدّها جانباً من الشخصية وليس الشخصية كلها، وهي، أي الأخلاق، نظام من الاستعدادات أو السمات التي تمكننا من التصرف بصورة ثابتة نسبياً حيال المواقف الأخلاقية والعرف؛ وذلك بالرغم من العقبات وضروب الإغراء، ويتميز عن الشخصية؛ في الحكم على السلوك من الناحية الأخلاقية، كما يتميز عنها بتوكيده الناحية الإرادية الشعورية من السلوك[3].
5. ينظر علم الاجتماع إلى "الأخلاق الاجتماعية" كميدان لدراسة القيم وعلاقتها بأنماط السلوك والبرامج المختلفة، وهي تشمل موضوعات

---

(1) المصري، محمد عبد الغني، مرجع سابق، 2002، ص17.

(2) ناصر، إبراهيم، التربية الأخلاقية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2006، ص 22.

(3) راجح، أحمد عزت، أصول علم النفس، طبعة مزيدة ومنقحة، أحمد، عزت راجح، أصول علم النفس، المكتب المصري، مزيدة منقحة، 1970، ص460.

مثل: الانحراف؛ والقوى الاجتماعية؛ وسوء التوافق؛ والمشكلات الاجتماعية؛ وحركات الإصلاح؛ والتقدم الاجتماعي[1] .

وينظر علماء الاجتماع إلى الأخلاق بعدّها منظومة نسبية متغيرة من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر [2].

وبالنظر إلى الأخلاق على أنها مكتسبة، وباعتبارها تعني ما يمتلكه الفرد من اتجاهات سلوكية اكتسبها من محيطه، وتنعكس على سلوكه وحياته، فإنها تحمل بهذا المعنى وجهين مختلفين، هما الوجه النظري والوجه العملي: [3]

1. **الوجه النظري،** الذي يحدد ويضع المبادئ والنظريات والأصول التي يقوم عليها السلوك الإنساني.

ولهذا الفرع تنتمي ما يسمى فلسفة الأخلاق (Ethics)، أي طبيعة الخير والشرّ وقضايا السلوك والأهداف النهائية، وهي التي تعالج الأحكام المختصة بما هو صحيح أو خطأ، وما هو خير أو شرّ، وما هو فضيلة أو رذيلة، أي أنهم يتبصرون المبادئ التي يُبنى عليها السلوك، وتساعد المرء أن يحكم على ما يختار من عقيدة أو فعل بالصحة أو الفساد، وتنتمي فلسفة الأخلاق إلى الفرع الفلسفي المسمى فلسفة القيم (Axiology) وهذا الفرع بدوره يشمل إضافة إلى فلسفة الأخلاق؛ فلسفة الجمال والقيم الدينية والقيم الاجتماعية والقيم الاقتصادية والسياسية، وأخيرا ميدان القيم الاستثمارية، أي نوع؛ وطبيعة؛ واستحقاق القيم النفعية (Utillitarian Values)

---

(1) نخبة من أساتذة علم الاجتماع، المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1985، ص163.

(2) ناصر، إبراهيم، مصدر سابق، 2006، ص67.

(3) عرفه، احمد وشلبي، سمية، **الإدارة وتحديات العولمة- مدخل دحر الفراغ الإداري**، حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلفين، 2000، ص20.

التي لا يمكن الحصول عليها إلا بالتكاليف المنسجمة لقوى الطبيعة أو بالسيطرة الفعالة عليها[1].

2. **الوجه العملي**، والذي يبحث في التطبيقات العملية للسلوك داخل كيان محدد. ومن ذلك أخلاقيات الأعمال، والمسؤولية الاجتماعية، وقواعد الآداب، ومواثيق الشرف وغير ذلك مما ينتمي إلى ميادين التطبيق والسلوك.

ثانيًا - النظريات الأخلاقية Ethics Theories

هناك العديد من النظريات الأخلاقية التي أوردها المهتمون، والتي ينبغي على المنظمات الاطلاع عليها والأخذ بما هو مناسب، وترك ما لا يناسب مجتمعاتها واحتياجاتها وثقافتها وما لا يناسب أعمالها، ويمكن أن توفر بعض النظريات الآتية الأسس التي تبنى عليها استراتيجية المنظمات في تعاملها مع موضوع أخلاقيات الأعمال، واتخاذ قرار ما بشأنها، وأهم هذه النظريات: النظرية الغائية، ونظرية الواجبات الأدبية، ونظرية المساواة، ونظرية الحقوق الأخلاقية، ونظرية العدالة، ونظرية الدافع، والنظرية الوجودية، وسيتم فيما يأتي توضيح هذه النظريات:

1. **النظرية الغائية Teleological Theory**: تعني الغائية بأن كل شيء في الطبيعة موجه لتحقيق غاية محددة، وقد أخذت كلمة الغائية من كلمة غاية، وتحاول هذه النظرية الإجابة على الأسئلة حول الصواب والخطأ بالتركيز على ما إذا كان السلوك سيؤدي إلى نتائج مرغوبة أم لا؟ لذلك يطلق على هذه النظرية في بعض الأحيان نظرية النتائج Consequential Theory، و وفي هذه النظرية اتجاهان: الأول: اتجاه الأنانية Egoisem الذي يركز على النتيجة الأفضل للإنسان الذي

(1) غالب، حنا، التربية المتجددة وأركانها، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1970.

يتخذ القرار، وهذا الاتجاه لا يهتم بحل الصراعات بين المصالح الأنانية المختلفة للأفراد، أما الاتجاه الثاني فيرتكز على معيار الفائدة Utilitarianism ويبحث عن النتيجة الأفضل لأكبر عدد ممكن من المهتمين، وينظر هذا الاتجاه إلى المنفعة (السعادة) بمنظار كمي، وتطبيقًا لهذه النظرية يرى بعض الاقتصاديين الليبراليين أن السعادة تتضاعف بواسطة المنافسة الحرة في الاقتصاد[1].

2. **نظرية الواجبات الأدبية Deontological Theory**: وتشتمل هذه النظرية على نطاق واسع من الاتجاهات والأفكار التي ظهرت خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، وهي لا تركز على نتائج العمل كما تفعل النظرية الغائية؛ لكنها تهتم بطبيعة العمل نفسه، ومن أهم فلاسفة هذه النظرية أمانويل كانط الذي يرى أن العمل يكون جيداً إذا تم القيام به نتيجة الإحساس بالواجب أو ما يسميه كانط الإرادة الطبيعية أو الإرادة الصحيحة[2]، لذلك فهذه النظرية ترى أن واجب الشخص أن يفعل ما هو صحيح دائمًا، لأن الأفعال تنقسم إلى صحيحة وخاطئة وليس هناك انحراف عن الصحة والخطأ، كما أن الغاية لا تبرر الوسيلة.[3]

3. **نظرية المساواة Equity Theory**: تعرض لهذه النظرية جون رولز في كتابه "نظرية في العدالة"، حيث يرى رولز أن الناس يحتاجون إلى مكافأة عن العمل الذي يقومون به، وتكون بعض الأساليب الاقتصادية المتباينة ضرورية لتعطي حافزا للأفراد، بشرط أن يكون ذلك التباين لمصلحة الطبقات الأكثر فقرًا وأقل ميزة في المجتمع، وفي إطار من المساواة بين العاملين ، سواء في الواجبات أو الحقوق.

---

(1) صالح، سليمان، أخلاقيات الإعلام، ط2، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2005، ص67.

(2) klapar, R.T and Maines. P. D. The Government Factor, (Washington D.C: Cato Institute, 1995), P.54.

(3) .Baskette, F. K. (et al)The Art of Editing, (Boston: Allyn and Bacon,1997), P,77

4. **نظرية الحقوق الأخلاقية Moral Rights Theory**، تستند نظرية الحقوق الأخلاقية على أساس أن الأعمال الجيدة والمفيدة والصحيحة تكون كذلك بسبب طبيعة تلك الأعمال أو القوانين التي يتم إتباعها في العمل، وليس بسبب الفائدة أو المنفعة التي تقدمها للأفراد أنفسهم كما في النظرية المنفعية السابقة، بمعنى أن القيمة الأخلاقية للعمل لا تعتمد على النتائج، لأن تلك النتائج غير محددة وغير مؤكدة في الوقت الذي يتم فيه اتخاذ القرار، والناتج من القرار ليس له علاقة بتحديد ما إذا كان القرار أخلاقياً، فالقوانين ترشد وتوضح المناهج المختلفة لاتخاذ القرار الأخلاقي[1].

5. **نظرية العدالة Justice Theory**: تهدف نظرية العدالة إلى بيان أن العدالة هي الفضيلة الأولى التي يجب أن تسعى إليها المنظمات، وقد جاءت هذه النظرية ضد نظرية المنفعة، حيث أنها تهتم بعدالة التوزيع،وعدالة التعويض، والعدالة التأديبية، وعمومًا يوجد لكلمة العدالة معنيان، الأول: هو الشخص العادل أو المستقيم، والذي يعمل دائماً ما هو صحيح أخلاقياً، ويطيع القانون والعدالة، ويسمى هذا بالعدالة الشاملة،ويشير المعنى الآخر إلى العدالة المحددة التي تختص بالفضيلة في مواقف محددة، وقسّم أرسطو العدالة المحددة إلى ثلاثة أنواع،هي[2]:

- العدالة التوزيعية التي تتعامل مع توزيع المنافع والأضرار.
- العدالة التعويضية التي تختص بتعويض الأفراد عن الأخطاء التي تحدث لهم.
- العدالة الجزائية التي تتضمن عقوبة المذنبين ومرتكبي الآثام.

(1) المعاني، أحمد، وآخرون، مرجع سابق، 2011، ص375.

(2) Boatright, J. R., **Ethics and the Conduct of Business.** New Jersey: Upper Saddle River, 2003, p75.

وتهتم كلاً من العدالتين (التعويضية والجزائية) بتصحيح الأخطاء بشكل عام، حيث أن تعويض المتضرر هو الطريقة العادلة لتصحيح الأخطاء في التعاملات الخاصة مثل المفقودات الناتجة عن الحوادث،وفشل إكمال أو إنجاز العقود، بينما الجزائية والتي هي العقوبة، فهي استجابة عادلة للأعمال الإجرامية مثل السرقة أو الاغتصاب.

6. **نظرية الدافع Emotivism**: ترى هذه النظرية أن كل المصطلحات التي نستخدمها لوصف أي عمل لا تصف الواقع الموضوعي لهذا العمل بشكل حقيقي؛ ولكنها تعبر عن مشاعرنا نحو هذا العمل، لذلك فالعمل لا يكون صحيحًا أو خاطئًا في ذاته، لكنه يكون كذلك لأنه ينتج شعورًا حول صحته أو خطأه عند المراقب، ومن الواضح أن هذه النظرية لا ترتكز إلى غير معيار الشعور الفردي مما يعني تغييب المعايير الأخرى الموضوعية أو الاجتماعية أو حتى النفعية.

7. **النظرية الوجودية Existentionalism**: وهي من أشهر نظريات القرن العشرين؛ وترتبط باسم الفيلسوف الفرنسي جان بول سارتر، وهذه النظرية تقوم على نفي وجود الإله، وأن الإنسان يقرر لنفسه ما هو صحيح وما هو خاطئ؛ وأن كل الأحكام القيمية الوجودية هي قيم شخصية وذاتية ولا يمكن إثبات أنها خاطئة، ولذلك فإنها صحيحة بشكل متساوٍ(1).

نمت الأفكار الرئيسية التي دارت حولها الفلسفة الوجودية من التأزم العميق الذي عاشه الإنسان بكل وجدانه نظراً لوجوده في عالم مهموم، منغلقٌ على نفسه، ولا مخرج له مما هو فيه، لكنها ولدت من

---

(1) صالح، سليمان، 2005، مصدر سابق. ص70.

الثورة على هذا الانغلاق، ومن توكيد قدرة الإنسان التي لا تقهر على مقاومة العدم، وإعطائه معنى[1] .

ويعدها البعض تيارا أدبيًا ثقافيًا أو اتجاهًا فلسفيًا، ولها الآن مدرستان: واحدة مؤمنة، والأخرى ملحدة؛ وهي التي بيدها القيادة؛ وهي المقصودة بمفهوم الوجودية المتداول على الألسنة، فالوجودية إذاً قائمة على الإلحاد.

ثالثًا ـ أخلاقيات الأعمال Business Ethics Concept

تعرف أخلاقيات الأعمال بأنها تعني تحديد ما هو الصحيح والخطأ، والجيد والسيئ، والنافع والضار في كل ما يتعلق بالقرارات والأعمال في معاملات ونشاطات المنظمة[2].

وفي الآونة الأخيرة أصبح موضوع الالتزام بالقيم الأخلاقية والاعتبارات القانونية والسلوكيات الإيجابية التي يمارسها كل من الإدارة والعاملين في المنظمة يمثل الركيزة الأساسية لنجاح المنظمة، خصوصاً في ظل التنامي الكبير لما بات يعرف بمعايير الشفافية والمساءلة، إذ أصبح لزامًا على منظمات الأعمال التي تسعى لنيل رضا وقبول المجتمع الذي تعمل فيه أن تحرص على ضرورة أن تكون أعمالها ذات بعد أخلاقي، وأن يحظى ذلك البعد الأخلاقي للمنظمة بقبول كبير من قبل جمهور المتعاملين مع تلك المنظمات[3].

تتأثر أخلاقيات العاملين في المنظمة بشكلٍ عام بأخلاقيات الإدارة الوسطى والعليا فيها، حيث أن الموظف يتعامل على النحو الذي تتعامل معه به الإدارة في المنظمة، وينبع هذا التأثر من الثقافة التنظيمية التي تتبناها المنظمة وتغرسها لدى العاملين فيها، فإن كانت ثقافة المنظمة تنطلق من

(1) حسن، ماجد محمد، الفلسفة الوجودية، في مجلة، الحوار المتمدن - العدد: 802 - 2004 / 4 / 12 - 10:40.

(2) Weiss, J. W., **Business ethics,** USA: Thomson, 2006, p7.

(3) الجعافرة، احمد فلاح، مرجع سابق، 2009، ص76.

ضـرورة الاهتمـام الكـبير بـالقيم والمبـادئ الأخلاقيـة فـسينعكس ذلـك بالـضرورة علـى سـلوكيات العـاملين بهـا ، وفي هـذا الـسياق نـشير إلى أن المبادئ الأخلاقية للسلوك تعتبر المؤشرات التي يمكـن مـن خلالها الحكـم علـى أخلاقيـات الأفـراد في المنظمـات المختلفـة ، كمـا تختلـف المبـادئ الأخلاقية بين الناس والمنظمات باختلاف الأهداف والمعتقدات، والـديانات، والعادات الثقافية، والظروف الاقتصادية والاجتماعيـة الـتي يعيشها الفـرد ، وبالتالي ترتبط الأخلاق داخل المنظمات بما يحيط بالفرد مـن متغيرات تـؤثر في سـلوكه مـن داخـل وخـارج المنظمـة[1]. وهنـاك العديـد مـن العوامـل الـتي تؤثر في السلوك الأخلاقي للفرد ، من أهمها[2]:

1. العائلـة Family ، الـتي تلعـب الـدور الأسـاس في تحديـد الـسلوك الأخلاقـي للفـرد ، والـذي يتـأتى نتيجـةً لمـا تحملـه تلـك العائلـة مـن قيم دينية ، إضافة للمعايير والحاجات الشخصية والمالية.
2. المنظمـة Organization ، الـتي يعمـل بهـا الفـرد ، وكـذلك الـرئيس المباشـر لـه في العمـل، ومـا تتـضمنه تلـك المنظمـة مـن سياسـات وقـوانين مكتوبـة ، إذ أن هـذه الأبعـاد ذات أهميـة كـبيرة في تكـوين المُنـاخ الأخلاقـي للمنظمـة والـذي يـدعم الثقافـة التنظيميـة ذات التأثير القوي في سلوك الأفراد.
3. البيئـة Environment ، وتأثيراتهـا المختلفـة علـى المنظمـة ، فالمنظمـات تعمـل في بيئـات متنوعـة ومختلفـة التـأثير، حيـث تتكـون تلـك البيئـة عمومًـا مـن تـأثيرات المنافـسين والقـوانين الحكوميـة والتـشريعات والأبعـاد الاقتـصادية والتـأثيرات التكنولوجيـة والمعـايير والقـيم الاجتماعيـة والثقافيـة ، وتلعـب

(1) Hosmer, Larue. T., The Ethics of Management. New York: McGraw-Hill, 2006, p5.

(2) Jones, G. R., Organizational Theory. USA: Prentice Hall, 2001, p121.

القوانين الدور المهم في ترجمة القيم الاجتماعية والثقافية لتحديد السلوك الملائم للمنظمة والعاملين فيها، كما تعمل التشريعات والقوانين على مساعدة إدارة المنظمة في مراقبة السلوكات والحفاظ عليها ضمن المعايير المقبولة، وتحدد البيئة التنافسية معايير السلوك المقبول للمنافسين.

وعندما تسعى المنظمة لصياغة استراتيجياتها المختلفة، فإنه ينبغي عليها أن تأخذ القيم والمعايير الأخلاقية بنظر الاعتبار، ففي التوجهات الاستراتيجية الحديثة للمنظمات، أصبحت تلك القيم والمعايير الأخلاقية واحدة من القضايا المهمة التي ينبغي على المحللين والمخططين الاستراتيجيين أخذها بنظر الاعتبار عند مسحهم وتحليلهم للبيئة الداخلية؛ وما تتضمنه من نقاط قوة وضعف، وكذلك في تحليلهم للبيئة الخارجية وما تحمله من فرصٍ وتهديدات، إذ أن تلك القيم والمعايير الأخلاقية؛ في ضوء التطورات الحديثة أصبحت تمثل نقطة قوة داخلية؛ وفرصة خارجية في حال توافرها في المنظمة، وفي الجانب الآخر تمثل نقطة ضعف داخلي؛ وتهديد خارجي إن لم تقم المنظمة بأخذها بنظر الاعتبار لدى تخطيط وتنظيم عملياتها المختلفة[1].

وعندما تعكف المنظمة والمفكرون الاستراتيجيون على تطوير ثقافة تنظيمية أخلاقية، فإنه يتوجب عليهم أخذ الأبعاد التالية بنظر الاعتبار[2]:

1. وضع ونشر أهداف محددة لوصف المعايير الأخلاقية للمنظمة.
2. المراجعة والتحديث المستمران لقواعد السلوك؛ اعتماداً على المدخلات المتأتية من أفراد المنظمة والأطراف الأخرى التي تتعامل معها.

---

(1) المعاني، أحمد، وآخرون، مرجع سابق، 2011، 367.

(2) الخفاجي، نعمة عباس، **الفكر الاستراتيجي- قراءات معاصرة**، عمان: دار الثقافة، 2008، ص202.

3. إبلاغ قواعد السلوك لأطراف المنظمة لتبصيرهم بالمعايير والممارسات الأخلاقية.
4. تطوير وتنفيذ طرائق وإجراءات تستخدم في بلوغ المعايير الأخلاقية للمنظمة، مثل: تطبيق ممارسات التدقيق الداخلي المنسجمة والمعايير الدولية.
5. تكوين نظم مكافأة واضحة تأخذ بالحسبان التصرفات الشجاعة؛ متمثلة بتشخيص وإبلاغ التصرفات الخطأ بحيث يكافأ من يبلّغ عن هذه التصرفات.
6. بناء بيئة عمل يعامَلُ فيها جميعُ الأفراد باحترام يحفظ لهم كرامتهم.

رابعًا. تطور اهتمام المنظمات بأخلاقيات الأعمال

The Development of Organizations Interest with Business Ethics

يمكن الوقوف عند عدد من المحطات المهمة التي مر بها اهتمام المنظمات بأخلاقيات الأعمال، حيث ترتبط كل مرحلة من تلك المراحل في رؤيتها لأخلاقيات الأعمال بالفكر الإداري الذي كان يسود في تلك الفترة، وسنقدم فيما توضيحًا لكيفية تعامل كل مرحلة من مراحل تطور الفكر الإداري وكيفية رؤيته وتعامله مع أخلاقيات الأعمال:

1. **مرحلة المدخل الكلاسيكي في الإدارة:** كان التركيز في تلك المرحلة على كيفية استثمار أقصى جهد ممكن للعاملين من أجل تحقيق الغرض الأساس للإدارة؛ والذي كان يتمثل بتحقيق الكفاءة والفاعلية؛ أي تحقيق الأهداف المنشودة من خلال حسن استغلال الموارد المتاحة، ولم يتم في تلك الفترة مراعاة أو اعتبار أي جانب يرتبط بتحقيق حاجات ورغبات وتطلعات العاملين، وفي سبيل تحقيق ذلك الغرض لم يتحقق أي اهتمام بأخلاقيات الأعمال، خاصة ما يتعلق بالتعامل مع العاملين، وبذات الوقت لم تكن المنظمات تلقي بالاً

لتحقيق مصالح العاملين، بمعنى أنه لم يكن هناك أي اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الكثيرون من أصحاب المصلحة.

2. **مرحلة المدخل السلوكي للإدارة:** جاء هذا المدخل كردة فعل على المدخل الكلاسيكي في الإدارة، ورؤيته القاسية بشأن العاملين، وعدم مراعاة حاجاتهم ورغباتهم، الأمر الذي دفع بعض المفكرين والمهتمين بالإدارة إلى مراعاة الجوانب الإنسانية للعاملين، وبالتالي السعي لتحقيق رغباتهم وحاجاتهم ومصالحهم، وبرغم ذلك فإن الاهتمام بموضوع تحقيق الكفاءة والفاعلية ظل هو أساس تحديد أولويات الإدارة، ولم يحظ موضوع أخلاقيات الأعمال بالأهمية الكبيرة في تلك المرحلة، وبقي موضوع المسؤولية الاجتماعية مغيباً عن محور الاهتمامات الأساسية للمنظمات، برغم رؤيتها وتوجهها الإنساني في التعامل مع العاملين.

3. **مرحلة ظهور المفاهيم والمدارس الإدارية الحديثة:** تمثلت المرحلة اللاحقة لمرحلة المدخل السلوكي في الإدارة بالاتجاه نحو كيفية تحقيق معدلات عالية من الإنتاجية، وأيضًا من خلال الاهتمام بتحقيق الكفاءة والفعالية للإدارة، وبرغم الاختلاف الكبير في الممارسة والسلوك الإداري بين المراحل السابقة والمرحلة الحديثة في الإدارة إلا أن التوجهات الإدارية الحديثة ظلت تسعى نحو تحقيق مستويات عالية من الإنتاج وبكفاءة وفعالية كبيرة، ولم يكن ذلك في أغلب حالاته مرتكزًا إلى الأخلاقيات إلا في حالاتٍ قليلة ونادرة، وقد بدا ذلك واضحاً في مجال صياغة استراتيجيات المنظمات المختلفة[1].

(1) نجم، عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال. عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2006، ص35.

4. **مرحلة الاهتمام الحديث بأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية:**
بدأ الاهتمام الحديث بأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية نتيجةً للضغوط المتزايدة من قبل المجتمع عمومًا، ومرجعياته المختلفة مثل: جماعات حماية المستهلك، وحماية البيئة، وغيرها من المؤسسات الضاغطة، ونتيجةً لهذه الضغوط فقد بدأ يتنامى اتجاه متزايد من أجل إعادة النظر في كفاءة وفعالية أداء الأعمال على أساس من الأخلاقيات والقيم والمعايير الأخلاقية، وبدأ العديد من المفكرين والممارسين يرون أن الاستراتيجية القائمة على الأخلاقيات هي استراتيجية ذات رؤية فاحصة لنقاط القوة في بيئة المنظمة الداخلية، وللفرص في بيئة المنظمة الخارجية.

وفي العهد الحديث بدأت المنظمات تغير في رؤيتها للتعامل مع أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، إذ أصبحت تلك المنظمات ترى أن فاعلية تنفيذ العمليات الاستراتيجية تزداد عندما يتم بناؤها على الممارسات الأخلاقية، حيث تشجع المنظمات التي تتحلى بالأخلاق الضرورية أفرادها على التحلي بتلك الأخلاق، وتمكِّنهم من اختيار النمط الأخلاقي الملائم، وممارسته في كافة مستويات المنظمة، والعمل على تأطير عملية اتخاذ القرار بالممارسات الأخلاقية، بحيث تصبح تلك الممارسات جزءًا من ثقافة المنظمة، وبالتالي تلعب دورًا مهمًا في التأثير المناسب في سلوكيات العاملين وآرائهم الشخصية[1].

ومما ساهم في زيادة اهتمام المنظمات بأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية هو ظهور ما بات يُعرَفُ بمدخل أصحاب المصلحة، الذي يقوم على ضرورة أن تحقق المنظمة مصلحة جميع الأطراف المرتبطة بها، وتشمل تلك الأطراف كلاً من: الموظفين، والموردين، والعملاء، وحملة الأسهم،

---

(1) الخفاجي، نعمة عباس، **مرجع سابق**، 2008، ص200.

والجماعات والتنظيمات المحلية، والحكومة، والجمهور بصفة عامة، وقد أصبح لزامًا على المنظمات أن تحرص على مراعاة مصالح كل الأطراف المرتبطة بها، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، خاصة وأن أي تصرف استراتيجي تتخذه المنظمة سيؤثر على رفاهية جميع الأطراف ذات المصلحة، وبالتالي فإنه يتعين على الاستراتيجية التي تتبناها المنظمة أن تدعم رفاهية ومصالح الكثير من الجماعات ذات المصلحة، بشرط عدم الإضرار بمصالح الأطراف الأخرى.

تهتم المنظمات التي تسعى لتحمل مسؤولية أخلاقية تجاه أصحاب المصلحة المختلفين بجانبين أساسيين، هما: المعايير والمبادئ والقيم الأخلاقية التي توجه المنظمة من جهة، وكيفية غرسها والمحافظة عليها لوقت أطول من جهة أخرى، وبالتالي فإن تلك المنظمات ملزمة بتبنّي وتطبيق إحدى الاستراتيجيتين التاليتين[1]:

1. استراتيجية الامتثال Compliance Strategy: التي تركّز على القوانين والمعايير المحددة للسلوك في المنظمة، فهي تعتمد بشكل رئيسٍ على القوانين ومؤشرات الرقابة ومنع السلوك غير القانوني.
2. استراتيجية الاستقامة Integrity Strategy: التي تقوم على الحاكمية الذاتية وفقاً للمعايير المختارة، إذ تركّز على الهوية والاستقامة التنظيمية التي تتضمن، ليس فقط الأهداف التجارية؛ وإنما مجموعةً من المُثُل والأخلاقيات والمسؤوليات.

(1) الجعافرة، أحمد فلاح، مرجع سابق، 2009.

خامسًا - مكونات أخلاقيات الأعمال Business Ethics Components

عندما نتحدث عن الأسس الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية، فإن ذلك يتمثل بشكل أساس في كيفية توفير أخلاقيات الأعمال للمنظمات الساعية نحو تطبيق مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لمجموعة من المكونات التي تشكل قاعدة في الانطلاق نحو تحقيق المنظمات لمصالح الكثير من الأطراف المرتبطة بها، وبرغم وجود مكونات متعددة ومتنوعة لأخلاقيات الأعمال، خاصة عندما يرتبط الأمر في التعامل مع الأطراف المختلفة، إلا أن المكونات اللاحقة تمثل المبادئ الأساسية التي تتكون منها تلك الأخلاقيات، وتشير أغلب الأدبيات أن أهم تلك المكونات هي: (العدالة،والأمانة، والسرية، والشفافية)، وسيتم توضيح هذه المكونات فيما يلي:

(1) **العدالة:** يشير مفهوم العدالة إلى الاستقامة، والمعاملة العادلة بين الجميع دون تمييز، خاصة فيما يتعلق بالاستفادة من الفرص المتاحة وتوزيع الثروات والمدخرات الوطنية، وتبين العدالة أن السلوك الصحيح هو الذي يكون عادلاً لاهتمامات ومصالح كل فرد من الأفراد العاملين في المنظمة، والذي لا ينتهك أو ينتقص من حقوق الأفراد الآخرين، وتعتبر العدالة المبدأ الأول لجميع المؤسسات الاجتماعية التي تسعى لتحقيق المسؤولية الاجتماعية لكل الأطراف ذات العلاقة.

(2) **الأمانة:** إن واحدة من أهم القضايا التي ينبغي أن تراعيها المنظمات في تعاملها مع موظفيها، وتركز على ضرورة أن يتمتع العاملون بها هي الأمانة التي تعني طمأنينة النفس وزوال الخوف، فهي واحدة من الركائز الأساسية للأخلاق، كما أنها ضرورية ومهمة عندما تقصد المنظمة أن تكون مسؤولة أخلاقيًا تجاه الأطراف المختلفة التي تتعامل معها، فالتحلي بالأمانة والالتزام بها يتم من خلال المحافظة على الوعود

الصريحة والضمنية، وقول الحقيقة لكل الأطراف، وفي هذا اهتمام كبير بممارسة المسؤولية الاجتماعية، وتكمن أهمية الأمانة في كونها[1]:

- تعتبر من الأخلاق الاجتماعية التي تدل على سموِّ المجتمع، لأنها تعني الالتزام بالواجبات الاجتماعية وأداءها خير أداء.
- تعمل على زيادة تماسك المنظمة والعاملين فيها في جو يتسم بالأمانة والنزاهة.
- تتمثل كذلك في الأداء الوظيفي، بحيث لا تُستَغل الوظيفةُ من قبل الموظف لتحقيق مصالح خاصة له ولأقاربه وأصدقائه، فالاستغلالُ خيانةٌ، والخيانة للوظيفة تكون بالاستفادة المالية من المنصب، وتضييع وقت الدوام الرسمي بالتأخر عن الدوام أو الانصراف مبكراً أو عدم تكريس الوقت في العمل المنتج.
- تعني حسن الانتفاع بالوقت، وحُسن العمل، والاجتهاد فيه، وتأدية ما عليه من مسؤولية تجاه المجتمع.

(3) **السرية:** تمثل السرية قدرة العاملين في المنظمات الاحتفاظ بما يشكل قضايا مهمة للمنظمة من جهة، وبما يعتبر قضايا خاصة لكل الأطراف المتعاملة معها من جهة أخرى، وتعني السرية حفاظ الموظف على سرية المعلومات التي يطلّع عليها، بحكم موقعه الوظيفي، مما يزيد من ثقة رؤسائه به، كما تعني السرية أيضاً حق الأفراد في الحفاظ على خصوصيتهم، وحماية مظاهر حياتهم من النشر العام، واتخاذ القرارات الشخصية المستقلة والمتحررة من التأثير غير الشرعي، وتعتبر السرية في الشركات من القضايا الأخلاقية المهمة، كونها تزيد من ثقة المتعاملين مع تلك الشركات.

---

(1) Boatright, J. R., Ibid. 2003, p75.

(4) **الشفافية:** تشير الشفافية إلى المبدأ الذي يعنى بخلق بيئة تكون فيها المعلومات المتعلقة بالظروف والقرارات والأعمال الحالية متاحة ومنظورة ومفهومة لكل المشاركين في السوق، وتقوم على أساس التدفق الحرِّ للمعلومات، والتي تتيح لمن لهم مصلحة أن يطَّلعوا على المعلومات والعمليات المرتبطة بمصالحهم، وتوفر لهم المعلومات الكافية وتساعدهم في فهمها، أي أن الشفافية هي الوضوح والنقاء والصفاء، وهي ظاهرة تشير إلى تقاسم المعلومات والتصرُّف بطريقة مكشوفة وواضحة لكيفية صنع القرار على الصعيد العام، ويمكن للمنظمات أن توفر رضا كبير لمختلف الأطراف المتعاملة معها عندما تسعى إلى اعتماد الشفافية كمبدأ للتعامل مع تلك الأطراف، الأمر الذي سيزيد القبول الاجتماعي لتلك المنظمة.

سادسًا ـ المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال

Social Responsibility and Business Ethics

يجب الانتباه إلى أن الشركة التي تضطلع بدور اجتماعي وسلوك أخلاقي يتجاوز ما حددته في مدونتها الأخلاقية، فإنها تجسد ذلك السلوك في أنشطتها الاجتماعية والتسويقية والإنتاجية والبشرية، كون السبب الرئيس في إيجاد الشركة هو إنتاج سلعة معينة أو تقديم الخدمات المطلوبة، لذلك فإن إدارة الإنتاج والعمليات تستطيع تكريس مسؤوليتها الاجتماعية وسلوكها الأخلاقي باتجاه الفئات المحددة من خلال الفلسفة التخطيطية وآليات الرقابة المعتمدة في نظامها الإنتاجي، انسجامًا مع طبيعة البيئة التي تتواجد فيها الشركة وطبيعة القدرات البشرية، كما أن المطلوب من خطط الإنتاج أن تعزز قدرات الشركة وتطورها، ما يتطلب مراعاة إشكالية استخدام المواد الأولية ونوعيتها والمواد المعادة للتصنيع وإجهاد العاملين وساعات العمل وراحة الموظفين، وهنا يجب الانتباه جيدًا

للعمل من خلال عمليات الرقابة والتخطيط لضمان إنتاج ما هو مخطط لإنتاجه، لتقديمه بطريقة مقبولة وسليمة وآمنة.

وعند الحديث عن الجودة، فإنه لا بد من ربط ذلك بالبعد الأخلاقي، لأن أخلاقيات الجودة تهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك والسوق في المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة، وهذا ما يفسر اتساع نطاق الحديث عن إدارة الجودة الشاملة، التي تعد دعوة للالتزام الأخلاقي والاجتماعي داخليًا وخارجيًا من خلال إشاعة مفاهيم العمل المثابر والتحسين والسلوك المنضبط، وهذه بحد ذاتها ثقافة تنظيمية فرعية تندرج ضمن النظام القيمي والثقافي للشركة، لذا نرى أن الشركة التي تنتهج الرؤية الشاملة في الجودة تعتمد مجموعة من الأبعاد المترابطة والمعولية والمطابقة والمتانة والقابلية للصيانة والكلفة والأمان عند الاستخدام.

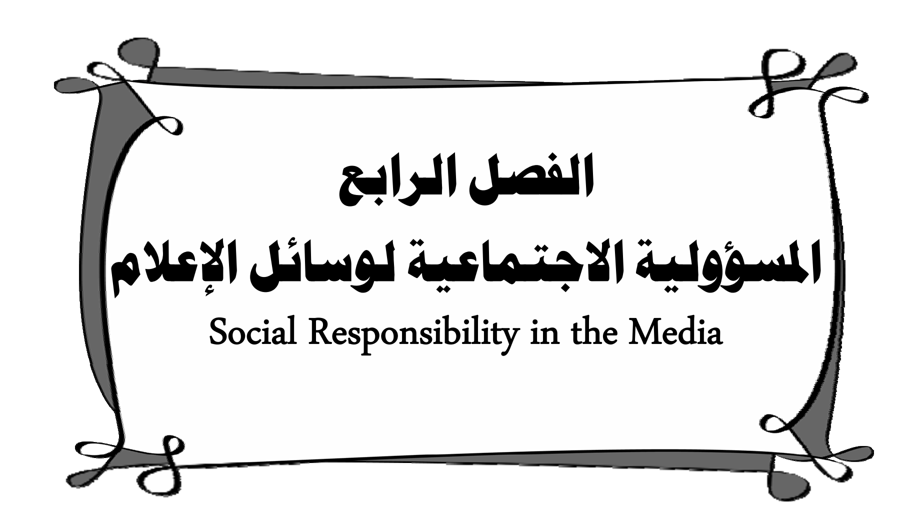
لقد ظهر اهتمام الشركات بالبعد الاجتماعي في إطار أنشطة التسويق كون التسويق حلقة وصل بين الشركة المنتجة والمستهلك، وتطور ذلك إلى ظهور فكر تسويقي ضم أنواع التسويق الثلاثة وهي التسويق السياسي والتسويق الاجتماعي والتسويق غير الهادف للربح، بمعنى أن المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال ذات الصلة أصبحت محورية مهمة في هذا النوع من أنواع التنسيق.

كذلك احتلت المسؤولية الأخلاقية مكانة مهمة في مجال التسويق، ما أدى إلى تكريس الاهتمام بالمستهلك من خلال حمايته وظهور منظمات مجتمعية تعمل من أجل ذلك خوفًا من خرق قواعد التعامل الصحيح والاستغلال لحقوق المستهلك، كما ظهرت العديد من الحقوق مثل حق الأمان، وحق الحصول على المعلومات والاختيار وسماع رأي المستهلك، وتربية المستهلك وحق الخدمة.

ولا شك أن الشركة التي تلتزم بهذه الحقوق وتتحمل مسؤوليتها الاجتماعية تراعي كافة هذه الحقوق، علمًا أن كافة هذه الحقوق قد أدرجت ضمن تشريعات قانونية رسمية، كما أن رغبة الشركات بالتسويق الجيد، جعلها تتسابق لتجسيد دورها الاجتماعي.

ويعد قيام الشركة بتحقيق رضا المستهلك من خلال تقديم خدمات ما بعد البيع، تجسيدًا لمسؤولية الشركة والتزامها الأخلاقي، إذ تهدف الشركات من خلال ذلك إلى تعزيز علاقتها مع كافة المتعاملين معها، على أن تكون كلفة خدمات ما بعد البيع معقولة بالنسبة للمستهلكين إضافة إلى سهولة الحصول عليها، وأن يتم منح المستهلك خدمات مجانية لفترة محدودة بعد شراء المنتج.

ولا تقتصر المسؤولية الأخلاقية على الإنتاج والتسويق فقط، بل ترتبط ارتباطًا وثيقًا بكافة جوانب الشركة، مثل القوى البشرية والإدارة المالية والمحاسبة وكذلك العلاقات العامة، بمعنى أن المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية باتت محورًا أساسيًا في وجود واستمرار الشركات.



الفصل الرابع
المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام
Social Responsibility in the Media

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكِّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. توضيح كيفية نشأة وسائل الإعلام
2. شرح العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع
3. توضيح المسؤولية الاجتماعية للإعلام في المفهوم الإسلامي
4. توضيح المسؤولية الاجتماعية للإعلام في المفهوم الغربي
5. شرح المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
6. تحديد العوامل والظروف التي هيأت لنشوء المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
7. بيان الإيجابيات التي قدمتها نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة والإعلام
8. توضيح مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع
9. بيان الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام
10. فهم وسائل الإعلام كمؤسسات تجارية وغير تجارية

الفصل الرابع

المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

Social Responsibility in the Media

المقدمة Introduction

بدأت تطرح في المقاربات الأخيرة على طاولات النقاش والدراسات مسؤولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع أو تجاه البيئة، وأثيرت الكثير من التساؤلات حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وطبيعة تلك المسؤولية وأبعادها، والمعايير الأخلاقية والمقاييس العملية التي بموجبها يمكن تقييم أداء وسائل الإعلام، وكذلك تحديد من أين يمكن أن نأتي بمفاهيم المسؤولية الاجتماعية للإعلام إذا كان مفهوم الأخلاق نفسه مفهوما نسبياً متغيرا؟ وما الذي يجعل المسؤولية الاجتماعية أمراً مختلفاً عن المسؤولية القانونية أو المسؤولية الدينية؟ كذلك بدأ الكثير من المختصين يتساءلون عن دور الدولة، وبالتالي القانون الذي تحدده، في تنظيم مهنة الصحافة ووضع الضوابط لعملها ولعلاقتها مع الآخرين، وتحديد فيما إذا كان يجب أن تظل الصحافة حرة طليقة من أية قيود تفرضها الدولة أو تفرضها مؤسسات مدنية أخرى تجاه عمل وسائل الإعلام.

كذلك بدأ المهتمون يتساءلون عن إمكانية الركون إلى المواثيق الأخلاقية التي يضعها الإعلاميون أنفسهم فيما يعرف بالتنظيم الذاتي للمهنة، وتحديد فيما إذا كانت المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه المجتمع تنحصر بالالتزام بمعايير وأخلاق العمل الصحفي أم تتعدى ذلك إلى الإسهام المباشر في تنمية المجتمعات؛ باعتبار أن وسائل الإعلام مؤسسات

ربحية أو غير ربحية يترتب عليها ما يترتب على أية مؤسسة أخرى ربحية كانت أم غير ربحية.

يتناول هذا الفصل توضيح كيفية نشأة وسائل الإعلام، وشرح العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، وتوضيح المسؤولية الاجتماعية للإعلام في كل من المفهوم الإسلامي والمفهوم الغربي، وشرح المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، وتحديد العوامل والظروف التي هيأت لنشوء المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، وبيان الإيجابيات التي قدمتها نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة والإعلام، وتوضيح مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع، وبيان الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وفهم وسائل الإعلام كمؤسسات تجارية وغير تجارية.

أولاً- نشأة وسائل الإعلام The Emergence of the Media

نشأت وسائل الإعلام في المجتمعات البشرية منذ أمد بعيد باعتبارها حاجة اجتماعية أو ضرورة اتصالية، ويؤرخ بعض العلماء لنشأة وسائل الإعلام بربط تلك النشأة من نشأة وتطور وسائط الاتصال وسماتها جنبًا إلى جنب مع تطور الحضارة البشرية، فمن مجتمع الاتصال الشفاهي إلى مجتمع أو حضارة الاتصال الكتابي (الكتابة اليدوية)، إلى مرحلة الطباعة (أحرف غوتنبرغ)، إلى عصر أو حضارة أجهزة الاتصال الإلكتروني بدءاً من عصر التلغراف. ورغم الاختلاف بين وجهتي النظر، إلا أن كلا من مارشان ماكلوهان وألن توفلر تنبها إلى الارتباط الوثيق بين تطور الحضارة البشرية وبين تطور وسائل الاتصال، مما يؤكد أن وسائل الاتصال ما فتئت أن تفرض نفسها كحاجة اجتماعية أصيلة بقدر ما هي وسيلة للتواصل والإعلام أيضًا، وجاء ريجيس دوبريه في نهاية القرن الماضي ليقدم مقاربة إعلامية حضارية لم تبتعد عما قدمه سابقيه ماكلوهان وتوفلر، وتتلخص مقاربة دوبريه في اعتباره مسيرة تطور وسائل الإعلام ما

هـي إلا مـستويات معرفيـة متدرجـة تاريخيـا يـسميها مراحـل "ميديولوجيـة"، والتي تشمل[1]:

1. عصر الإنتاج الخطي (وركيزته المخطوطة).
2. عصر الإنتاج المطبوع (وركيزته الكتاب).
3. عـصر الإنتـاج الـسمعي البـصري (وركيزتـه الـصورة أي الـسينما والفيديو والتلفزيون والكمبيوتر).

لكـن تطـور المجتمعـات البـشرية، ومعهـا تطـور وسـائل الاتـصال وتكنولوجيتها ظل يستدعي مقاربات متغيرة على مدى مراحل التطور التي مرت بها وسائل الإعلام أو المجتمعات، فما كان يناسب العصر السابق، عصر طباعة الصحف، أو عصر الإعلام المسموع، لم يعد يناسب العصر الذي ساد فيه الإعلام المرئي، ومن بعده الإعلام الإلكتروني القائم على شبكات الإنترنت، ومن المؤكد أن وسائل الإعلام وتقنياتها باتت تتطور وفق وتيرة سريعة جدا بفعل التقدم الكبير في التكنولوجيا خصوصًا تكنولوجيا الاتصال تحديداً.

إن من بين تلك المقاربات المتغيرة باستمرار ما يتصل بدور وسائل الإعلام تجاه المجتمع، وكذلك الوظائف المنوطة بها، ومن بين ذلك المعايير المهنية والأخلاقيـة الواجـب علـى وسـائل الإعـلام الالتـزام بهـا خـلال ممارسـتها لدورها، كذلك، ما يزال التساؤل مطروحًا حول طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والأنظمة السياسية القائمة، أو حول المعايير الأخلاقية الواجب الالتـزام بهـا في العمـل الـصحفي، وثمـة مقاربـات أخـرى تتعلـق بـدور التكنولوجيا نفسها وتأثيرها في المضمون الإعلامي علاوة على الشكل

(1) دوبريه، ريجيس، علم الإعلام العام - الميديولوجيا، ترجمة: فؤاد شاهين وجورجيت الحداد، بيروت، دار الطليعة، 1996.

الإعلامي الذي بات هو الآخر أكثر طواعية للتقنيات الإعلامية إلى الدرجة التي يختلط فيها الخيال بالواقع.

ثانيًا- وسائل الإعلام والمجتمع The Media and Society

يتفق الجميع على أهمية دور وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة وضرورتها، خاصة بعد أن تعقدت حياة هذه المجتمعات وأصبحت وسائل الإعلام فيها تقوم بوظائف وأدوار حساسة للمجتمع، جماعة وأفراد وأقليات وشعوب ومنظمات وجمعيات وحكومات.

ولم تعد وسائل الإعلام قنوات ناقلة للمعلومات أو للصور والأفكار والأخبار فقط، بل أصبحت شريكًا منتجًا للأفكار والصور والأخبار، وهي تؤثر بذلك في حياة الناس من حيث معارفهم وعواطفهم، وبالتالي تؤثر في سلوكهم، وتجدر الإشارة أن تكنولوجيا الاتصال واستخداماتها أصبحت المعيار الحضاري الذي يميز دولة عن أخرى في عالمنا هذا، تماماً كما أصبحت معياراً يميز العصر الحالي عن العصور القديمة[1].

ويتعدى أمر وسائل الإعلام مسألة التأثير في اتجاهات الناس ومعارفهم، إذ يعتقد بعض الخبراء أن وسائل الإعلام هي التي أصبحت ترسم للشعوب منهاج حياتها، فصار للإعلام إمبراطوريات وأباطرة يرسمون لها هذا الدور في صياغة الرأي العام وصناعة الصورة للأفراد والمجتمعات، وقد وظفت الشركات الكبرى وسائل الإعلام في إعلاناتها، وهدفت من وراء ذلك إلى التأثير في قيم واتجاهات المستهلك بما تقدمه من منتجات، ولا تعتمد هذه الشركات على القوة العسكرية، كما كان سابقًا في الاستعمار العسكري، بل على استراتيجيات السوق والبحوث والإعلانات

(1) الموسى، عصام سليمان، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط6، عمان، إثراء للنشر والتوزيع، 2009.

التي تمكنها من التأثير على سلوك المستهلك بخلق تفكير وتصور عقلي عالمي واحد تجاه المنتجات والخدمات الثقافية[1].

أما من ناحية دور وسائل الإعلام في التنمية، فقد أكد باحثون إعلاميون، على مدى عقود، مثل شيللر Schiller وروجرز Rogers على مركزية الإعلام في عملية التنمية، ولكن بحوثهم كان لها الأثر المحدود خارج حقل الإعلام، فمعظم وكالات المعونة والمنظمات الحكومية المسؤولة عن تنفيذ السياسات التنموية يسيطر عليها علماء الاقتصاد وعلماء السياسة الذين فشلوا في إدراك الدور الحيوي للإعلام في مسيرة التنمية[2]، وعمومًا، فإن النظرية التنموية في الإعلام ترى أن على وسائل الإعلام أن تسهم في تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة، وأن تضع في اعتبارها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع، ورغم أنها تعطي الحق للصحفيين في جمع المعلومات وتوزيعها ونشر الأخبار، إلا أنها تعطي الحق للدولة في مراقبة أنشطة وسائل الإعلام خدمة للأهداف التنموية[3].

وباختلاف آراء العلماء والإعلاميين والناس حول الواجبات التي يجب على وسائل الإعلام القيام بها، فإننا نجد تصنيفات عديدة لهذه المسؤوليات من مصدر إلى آخر ومن فرد إلى آخر ومن مجتمع لآخر.

وينتج هذا التنوع عن التنوع في وجهات نظر الناس وفي اختلاف ظروف الناس من فرد لآخر ومن جماعة لأخرى، فبعضهم، مثلاً، يرى أن على وسائل الإعلام أن تقوم بدور الناقد لسياسات الحكومات والمؤسسات

---

(1) ماكفيل، توماس، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، الملكية، ترجمة حسني محمد نصر، عبد الله الكندي، العين، دار الكتاب الجامعي، 2005، ص 50.

(2) المرجع السابق، ص79.

(3) مراد، كامل خورشيد، محاضرات في أخلاقيات الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، محاضرات غير منشورة، 2011.

العامة، فيما يرى آخرون أن على وسائل الإعلام أن تساعد الحكومة في تنفيذ سياساتها على الناس لأنها وضعت من أجل مصالحهم كما ترى نظرية التنمية.

وقد ذكرت المراجع الكثير من المسؤوليات أو الوظائف التي يجب على وسائل الإعلام إتباعها أو القيام بها، وأغلب هذه المراجع تتفق على المهمات الرئيسية لوسائل الاتصال والإعلام، والتي تكاد تنحصر في مهمات رئيسية جامعة، هي: الأخبار والإعلان والإعلام، ثم التنشئة الاجتماعية والتربوية، ثم الترفيه والتسلية والإمتاع، وتعتبر هذه من الوظائف التقليدية للاتصال والإعلام منذ فجر المجتمعات المستقرة، ثم مجموعة من الوظائف المستحدثة للإعلام نتيجة مختلف التطورات التقنية والثقافية مثل وظيفة الترويج للأفكار والسلع، ووظيفة تحقيق الذات، وظيفة التأريخ، وغيرها.

ثالثًا- المسؤولية الاجتماعية للإعلام في المنظور الإسلامي

The Social Responsibility of Media in the Islamic Perspective

لايختلف المنظور الإسلامي تجاه دور وسائل الإعلام عن مفاهيمها الدينية والأخلاقية العامة أو المبدئية، والمنظور الإسلامي للمسؤولية نحو المجتمع وقضاياه المختلفة في حقيقته منظوراً شمولياً، لذلك، يُعد الإسلام نظامًا شمولياً لأنه يملك رؤاه الخاصة في نظم الحياة المختلفة، وبالنظر إلى المفاهيم الإسلامية لنظرية المسؤولية الاجتماعية، نجد أنها مفاهيم تترابط فيما بينها لتشكل رؤيا أكثر شمولاً، رغم أنها تغترف من التراث الديني والسياسي أحيانًا مسمياتها ومصطلحاتها الخاصة، وأهمها مبدأ أو نظام التكافل الاجتماعي، الذي يقوم في الإسلام على بناء فكري متكامل، له أساسه من العقيدة، ومن المنظومة الأخلاقية الإسلامية، ويستمد التكافل الاجتماعي في الإسلام مبناه من مبدأ مقرر في الشريعة، وهو مبدأ الأخوة

التي ينبثق عنها مبدأ الولاية المتبادلة بين المؤمنين في المجتمع[1]، يقول الله تعالى: "وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ" (سورة التوبة، الآية71).

ويجدر التنويه بالتداخلات في المفاهيم التي تستخدم كثيرًا للدلالة على الإعلام الإسلامي، فنجد "الإعلام الديني" و" الإعلام العقيدي " و" الإعلام الإسلامي"، و"الإعلام الملتزم إسلاميًا" و "إعلام الدعوة"، وغير ذلك من التوصيفات التي تتداخل فيها الحدود بهذا القدر أو ذاك.

والأصل في الإعلام الإسلامي أنه إعلام متخصص لمجتمع مسلم أو دولة مسلمة أو حكومة مسلمة، ولكن في الواقع المعاصر الحديث للمجتمعات الإسلامية وطبيعتها، فإن الإعلام الإسلامي هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو إعلام ديني، ولا بد من التفريق بين أصل المَوْضُوع وجوهره وحقيقته من جهة؛ وبين ما هو واقع فعلاً من جهة أخرى، فالمجتمع الذي يطبق الشريعة الإسلامية في جميع جوانبه وسلوكه؛ هو مجتمع متكامل من حيث التنظيم، والإعلام فيه لا بد أن يعكس هذا المجتمع بشموله وتنظيمه وبنائه الاجتماعي، وبالتالي فالإعلام في هذه الحالة هو إعلام إسلامي في كل جوانبه[2].

أما في حالة المجتمعات الإسلامية في الوقت الحاضر، والذي يطبق من الشريعة جزءا ويترك جزءا آخر، بالرغم من أنه مجتمع إسلامي أو دولة إسلامية، حسب ما تنص عليه دساتيرها، إلا أن الإعلام فيها لا يسمى إعلاماً إسلامياً، وإنما قد يكون إعلاماً توليفياً، وأمام هذا الازدحام الإعلامي نجد أن الإعلام الإسلامي في المجتمعات الإسلامية ضمن الإعلام

(1) هميسة، بدر عبد الحميد، مجلة صيد الموائد: (متاح بتاريخ 2011/8/52) على الرابط:
http://www.saaid.net/Doat/hamesabadr/76.htm

(2) سيد محمد، محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 2008.

المتخصص وليس الإعلام العام، وكما يوجد في المجتمعات الإسلامية حالياً إعلام سياسي أو تنموي أو سكاني فإنه يوجد إعلام ديني متخصص بالقضايا الدينية[1].

ويعرف الإعلام الديني الإسلامي بأنه: "الإعلام الذي يأخذ المضمون الديني والعقيدة الإسلامية والعبادات والمعاملات الإسلامية بعداً مهماً في موضوعاته، كما أنه يأخذ من الشريعة الإسلامية رؤيتها للبناء الاجتماعي ممثلاً بالجانب التوعوي الشامل بدءاً من القواعد الأساسية للإسلام مروراً بالأخلاق والقيم والمبادئ الإسلامية، ويمارس في مجتمع إسلامي، ويتناول كافة البيانات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة مناحي الحياة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والدينية، والأخلاقية، وهو بهذا إعلام عقائدي يعكس العقيدة الإسلامية[2].

ورغم السيطرة الشاملة لمنتجات الغرب التكنولوجية والفكرية؛ ومنها المفاهيم الإعلامية، فإن ذلك لم يكن ليلغي الفلسفات والمفاهيم الأخرى المقابلة مثل الفلسفة الإسلامية في الإعلام والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التي تقوم على مجموعة مبادئ مستمدة من العقيدة الإسلامية المرتكزة إلى القرآن والسنة النبوية علاوة على سنن الخلفاء الراشدين.

وتتمثل المبادئ العقيدية في الإعلام الإسلامي فيما يأتي:

(1) **حرية العقيدة والفكر:** تعد الحريات العقدية والفكرية أساساً ضروريًا لبناء مفاهيم المسؤولية الاجتماعية الطوعية، فلا مسؤولية لمجتمع عبودي أو مجتمع يعيش في ظل نظام قهري أحادي يسلب حريات الأفراد والجماعات، ويؤكد المفكر الإسلامي محمد

---

(1) المرجع السابق.

(2) إمام، إبراهيم، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، ط1، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1980.

عمارة[1] أن الفلسفة القرآنية السمحة تحفز الناس جميعًا على اختلاف أديانهم على التنافس في تحقيق التقوى، وهي المعيار الأهم عند الله بالنسبة لعباده، والإسلام لا يمكن أن يدعو لغير الدعوة بالكلمة الطيبة وبالحسنى، إذ يقول تعالى: "ادْعُ إِلِى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَة، وَجَادِلْهُم بالتي هي أَحْسَنُ إِنَّ رَبّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ" (سورة النحل، الآية 125).

وقد وضع الإسلام مبادئ الحريات في عدد من آيات القرآن الكريم والسنن النبوية، ففي قوله تعالى: "لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغَي" (سورة البقرة، الآية 256)، إشارة إلى أن الإسلام لا يجبر الآخرين على التسليم له بعد أن بين لهم الحق من الباطل وعليهم بعد ذلك تحمل وزر رفضهم أو نكرانهم، فإذا كان الدين قد أسس هذا المبدأ في العقيدة، فالأحرى أن يُقَر هذا في أمور الدنيا السياسية وغير السياسية أيضا. وعليه فقد منح الإسلام الفرد حرية التعبير عن رأيه وفكره، ولكن الإسلام عندما أعطى له هذا الحق قيده بأن يكون لصالح المجتمع وأفراده، ولا تجيز له دعوى حرية الرأي والفكر الإضرار بالمجتمع ومصالحه العامة[2]. وفي هذا المنظور تتبدى المسؤولية الاجتماعية في الإسلام، لذا فإنه يشترط موافقة الرأي العام للشريعة والسير في حدودها في أي تعريف له[3].

(2) **تحري الصدق:** يشدد الإعلام الإسلامي على ضرورة الالتزام بالصدق، وهذا شرط من أهم شروط تحقق مسؤولية الإعلام تجاه المجتمع، إذ يقول الرسول ﷺ: "عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي

(1) عمارة، محمد، الإسلام والتعددية: الاختلاف والتنوع في إطار الوحدة، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2008.

(2) مراد، كامل خورشيد، الرأي العام، عمان، دار جرير، 2011، ص33.

(3) سميسم، حميدة ، الرأي العام وطرق قياسه، عمان، دار ومكتبة الحامد، 2002، ص32.

إلى البر، وإن البر يهدي إلى الجنة، وما يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقًا، وإياكم والكذب فإن الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وما يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذابًا".

(3) **الواقعية**: وهي الوجه الآخر لأخلاق الصدق، تلك الواقعية التي يقصد بها موائمة المنهج الإعلامي للفطرة الإنسانية، وفي القرآن الكريم "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلاً سَدِيداً"، (سورة الأحزاب، الآية 71) ويدعو الإسلام أيضًا إلى الأمانة، وتجنب الإضرار بالغير أو الإضرار بالمجتمع ومصالحه، حيث القاعدة الفقهية "لا ضرر ولا ضرار" ومعنى ذلك أن الإنسان لا يجوز له أن يضرّ بنفسه ولا بغيره ، فإن غَلَب على ظن الإنسان أن الضرر في هذا الفعل أكثر من النفع فوجب تركه أو تجنبه[1].

(4) **حرية النقد**: وقد أتاح الإسلام للإنسان فرداً أو جماعة استخدام الإعلام في بث شكواه حتى لو كانت قاسية بحق الظالم أو مظاهر الظلم، إذ قال تعالي: "لا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظُلِمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا ❖ إِنْ تُبْدُوا خَيْرًا أَوْ تُخْفُوهُ أَوْ تَعْفُوا عَنْ سُوءٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ عَفُوًّا قَدِيرًا" (سورة النساء، الآية 148)، ومع ذلك فإن الآية الكريمة تشدد على أفضلية العفو، وذلك حفاظاً على سيادة الكلام الطيب والأخلاق الحميدة في التخاطب والتعامل بين المسلمين.

(5) **السِّتْرْ**: والسِترْ في المعاجم جمعها (سُتور وأسْتار)، وسَتَر الشيء غطاه، وتَستّر أي تغطى وأخفى[2]. ويميل الإعلام القائم على المبادئ الإسلامية إلى تفضيل السِترْ على الإفصاح والافتضاح، ويستدل على

---

(1) (السحيم، عبد الرحمن بن عبد الله، المقصود ب "لا ضرر ولا ضرار"، موقع صيد الموائد الإلكتروني، (متاح بتاريخ 2011/4/4): http://www.saaid.net/Doat/assuhaim/fatwa/238.htm

(2) مختار الصحاح، الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، الكويت، دار الرسالة، 1983، ص 385.

مبدأ الستر أولى من الإفصاح والافتضاح من الآية السابقة نفسها من (سورة النساء، الآية 148) ، وكذلك من غيرها من الأحاديث النبوية التي تحث على ستر المسلم، وتحذر من تتبع عوراته وزلاته ليفضح بين الناس، من ذلك: قوله ﷺ (من ستر مسلمًا ستره اللّه يوم القيامة). وعن ابن عباس رضي اللّه عنهما عن النبي ﷺ: (من ستر عورةَ أخيه المسلم، ستر اللّه عورته يومَ القيامة، ومن كشفَ عورة أخيه المسلم، كشف اللّه عورته حتى يفضحه بها في بيته)، وعن أبي هريرة رضي اللّه عنه عن النبي ﷺ، قال: "لا يستر عبدٌ عبداً في الدنيا إلا ستره اللّه يوم القيامة".

وإذا أراد المسلم أن يستر أخاه، فإن هناك شروطًا لا بد أن يراعيها عند ستره؛ حتى يحقق الستر الغرض المقصود منه، ومن خلال المبادئ الواردة في هذه الضوابط والشروط، يمكن القياس على ما يناسب الستر في العمل الإعلامي، وأهم هذه الشروط[1]:

- أن يكون الستر في موعده المحدد له؛ فيستر المسلم أخاه عند فعله للمعصية وبعدها، بألا يتحدث للناس بأن فلانًا يرتكب المعاصي.
- أن تكون المعصية التي فعلها المسلم لا تتعلق بغيره ولا تضر أحدًا سواه، أما إذا وصل الضرر إلى الناس فهنا يجب التنبيه على تلك المعصية لإزالة ما يحدث من ضرر.
- أن يكون الستر وسيلة لإصلاح حال المستور بأن يرجع عن معصيته ويتوب إلى اللّه تعالى، أما إذا كان المستور ممن يُصِرُّ على الوقوع في

(1) خليل، صبري محمد، ضوابط مفهوم الستر في الفقه الإسلامي، 2012، موقع شبكة روض الرياحين الإلكتروني، متاح في 2012/2/25، على الرابط: http://cb.rayaheen.net/showthread.php?tid=35439

المعصية، وممن يفسد في الأرض، فهنا يجب عدم ستره حتى لا يترتب على الستر ضرر يجعل العاصي يتمادى في المعصية.

- ألا يكون الستر وسيلة لإذلال المستور واستغلاله وتعييره بذنوبه.
- ألا يمنع الستر من أداء الشهادة إذا طلبت، "ولا تكتموا الشهادة ومن يكتمها فإنه آثم قلبه" (سورة البقرة، الآية 283).
- الستر مرهون برد المظالم، فإذا لم ترد فالساتر شريك للمستور عليه في ضياع حق الغير.

رابعًا . المسؤولية الاجتماعية للإعلام في المنظور الغربي

The Social Responsibility of Media in the Western Perspective

حققت الليبرالية في الدول الغربية انتصاراً حاسماً على غيرها من الفلسفات كالفلسفة الشيوعية وفلسفة السلطة، ولعل أهم ما يميز الليبرالية الإعلامية ما تشدد عليه مبادئها وقوانينها من الحريات، وخصوصاً حريات التعبير، وعلى رأسها الحريات الصحفية، وكان البرلمان البريطاني قد أصدر قانونًا يؤكد فيه حظر أي رقابة مسبقة على النشر، وجعل إصدار الصحف والمطبوعات حقًا غير مقيد بترخيص أو إذن من الدولة، كما شدد الدستور الأمريكي على الحرية المطلقة للصحافة، ونص على أنه "يحظر على الكونغرس إصدار أي قانون يقيد حرية التعبير والصحافة"[1].

ويقوم النظام الليبرالي للصحافة على مبدأ "أن حق الفرد في أن يعرف هو حق طبيعي كحقه في الماء والهواء، ولكي يمارس الفرد هذا الحق لا بد أن تتمتع الصحافة بحريتها كاملة دون أية قيود تأتي من الخارج[2].

---

(1) صالح، سليمان، أخلاقيات الإعلام، الكويت، دار الفلاح، 2010.

(2) مكاوي، عماد حسن، **أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة**، ط3، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص67.

وقد بدأت مراجعات شاملة وجوهرية لليبرالية منذ عشرينات القرن الماضي بعد أن بدأ يبدو للغرب أن الليبرالية لم تحقق ما كان المنظرون الأوائل يَصبون إليه من حريات غير مقيدة، والتعددية في الأخبار والآراء، وسيادة المعايير المهنية؛ مثل الدقة والموضوعية والمعايير الأخلاقية والتربوية التي لحق بها الضرر الكبير جراء ما خلفته الفلسفة الليبرالية من انفلات في شتى المجالات الاقتصادية والأخلاقية والمهنية.

ومنذ نهايات القرن التاسع عشر، بدأ العديد من النقاد الغربيين يتتبعون عيوب النظرية الليبرالية، وقد بدا أن الليبرالية فشلت في تحقيق الأهداف المثالية التي ظلت تتبناها، وسرعان ما تعرضت الصحافة الليبرالية لانتقادات عميقة من قبل النقاد الغربيين قبل الشرقيين، وقد تبلورت مواقف نقدية عميقة تمثلت في أدبيات مدرسة فرانكفورت في العلوم الاجتماعية والفلسفية التي عبر عنها مبكرا عددٌ من النقاد والفلاسفة الأمريكيين والأوروبيين، منهم الأمريكي ذو الأصول الألمانية هربرت ماركيوز في كتابه "الإنسان ذو البعد الواحد" حينما اعتبر أن ما يشعر به الفرد في المجتمع الصناعي المتقدم من حريات ما هي إلا حريات زائفة، مثل حريات العبيد في اختيار أسيادهم، وأن الصحافة في المجتمع الرأسمالي ما هي إلا أدوات وآليات تستغلها الرأسمالية للحفاظ على عبودية المجتمع، وتزيين نظام العبودية فيه، وضمان استمرار استهلاك المجتمع لكل ما ينتجه الرأسماليون من سلع مادية أو فكرية[1].

ومع تطور الصحافة المتروبوليتانية (أي المدن الكبيرة المساحة وعدد السكان) التي يعد سكانها ببضعة ملايين، فقد أصبحت الصحافة أكثر انتشاراً، لكنها أصبحت أكثر تركيزًا في أيدي عدد قليل من المالكين،

(1) ماركيوز، هربرت، الإنسان ذو البعد الواحد، الطبعة الرابعة، ترجمة جورج طرابيشي، بيروت، دار الآداب للنشر والتوزيع، 2004.

لذلك فقد أصبحت أكثر توجيهًا ، وأصبح اعتبار مساحات الإعلان ومبيعات الصحف تأخذ مكانة أكثر فأكثر على حساب الحاجات المعرفية للجمهور[1].

وإثر استفحال الكثير من المظاهر المَرضيِّة والانحرافية في المجتمعات الغربية ، فقد بدأت أصوات فكرية جريئة تنادي بمراجعة جذرية لأسس ومبادئ وقيم الفلسفة الليبرالية في مجال الإعلام على وجه الخصوص.

وفي نهاية الحرب العالمية الثانية تشكلت "لجنة حرية الصحافة" برئاسة البروفسور"هوتشينز Hutchins" وضمت بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية وليم ريفر River وتيودور بترسون Peterson ، وأصدرت هذه اللجنة مجموعة من الانتقادات للنظم الصحفية في الولايات المتحدة[2].

الانتقادات الموجهة للنظرية الليبرالية في الإعلام:

تركزت الانتقادات الرئيسية على الصحافة الليبرالية فيما يلي[3]:

1. تحولت الصحافة إلى قوة هائلة لمالكيها ، والذين راحوا ينشرون آرائهم الخاصة ، خصوصًا في مجالي السياسة والاقتصاد.
2. أصبحت الصحافة تابعة للأعمال التجارية وسمحت للمعلنين بمراقبة سياسة المحررين والتأثير على المضمون الصحفي.
3. أعطت الصحافة المزيد من الاهتمام للقضايا السطحية والمثيرة في تغطياتها للأحداث.
4. قوضت الصحافة من الأخلاق العامة.
5. انتهكت الصحافة الخصوصيات الفردية بلا أية مبررات.

---

(1) Wilson,John,Understanding Journalism, (London:Routledge,1996, P52.

(2) ريفرز ، وليم.ل، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إمام، إبراهيم، القاهرة، دار المعرفة، 1975.

(3) Wilson, John, Understanding Journalism, London, Rutledge, 1996, P53.

6. أصبحت الصحافة محكومة ومراقبة من قبل طبقة اجتماعية اقتصادية، لذلك فإن الحرية والسوق المفتوحة تعرضتا للتدمير.

خامساً. المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

The Basic Principles of the Theory of Social Responsibility in the Media

بدأت نظرية المسؤولية الاجتماعية بمجموعة من الأفكار التي صاغتها لجنة هوتشنز الأمريكية إضافة إلى اللجنة الملكية البريطانية للصحافة 1949، إذ عبرت لجنة هوتشنز عن أن السوق الحرة قد فشلت في تحقيق الوعد بحرية الصحافة، وأن التطورات التكنولوجية والتجارية قد أدت إلى تقليل فرص الأفراد والجماعات المتنوعة في الدخول إلى السوق والتمتع بحق النشر، كما أدت إلى هبوط معايير أداء الصحافة، وإلى فشل الصحافة في تلبية احتياجات المجتمع الأخلاقية والاجتماعية، بالإضافة إلى تناقص قدرات الصحافة على إمداد المجتمع بالمعلومات[1].

وبذلك، فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية جاءت كمحاولة لإعادة تحقيق التوازن بين الحريات الصحفية وبين الحفاظ على حقوق المواطن وحقوق المجتمع وأخلاقه وقيمه.

ويلخص ماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية بما يلي[2]:

1. ينبغي على الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى الإسهام في التزامات معينة للمجتمع.
2. يمكن لوسائل الإعلام تنفيذ الالتزامات من خلال احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالحقائق والدقة والموضوعية والتوازن.
3. على وسائل الإعلام المبادرة لتنظيم نفسها ذاتيا.

---

(1) Merri. C. John, Global Journalism, London: Longman, 1983, p.76.

(2) McQuail D., Mass Communication Theory, 5edition. NewDelhi, Vistaar Publication, 2005 PP.116-118.

4. يتوجب على وسائل الإعلام تجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية، وكذلك عليها الامتناع عن توجيه أية إهانة إلى الأقليات.
5. على الصحافة احترام التعددية فيها وعليها أن تعكس تنوع الآراء وتحترم حق الرد.
6. للمجتمع حق على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
7. إن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، فمفهوم الحرية في هذه النظرية يعني مسؤولية الإعلام تجاه المجتمع قبل أن تكون أي شيء آخر، وهذا مختلف عن مفهوم الحرية في النظرية الليبرالية، فالمسؤولية الاجتماعية هنا تحل محل حرية الصحافة.[1]

سادساً . العوامل والظروف التي هيأت لنشوء المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

Factors that Led to the Emergence of Social Responsibility in the Media

هناك العديد من العوامل والظروف التي هيأت لنشوء المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، أهمها:

1. **عوامل فكرية:** أسهمت النظريات والتطورات العلمية الحديثة في زعزعة المبادئ الفكرية والفلسفية التي سادت قبل ذلك، ومن ذلك

(1) مراد، كامل خورشيد، مرجع سابق، 2011.

نظريات النسبية لأينشتاين 1905، والتي شككت بالمسلمات القديمة في الحتمية والعِليّة، واطّراد الطبيعة وثبات قوانينها، والموضوعية المطلقة[1].

2. **عوامل اقتصادية:** بدأت تنشأ الشركات والتجمعات الاقتصادية الكبرى التي راحت تستحوذ على الكثير من أدوات القوة بما فيها وسائل الإعلام ومؤسساته، مما أحدث خللاً في النظم الإعلامية لصالح هذه الشركات الكبرى، ومما كان من نتائجه التشكك في مبدأ "السوق الحرة تنتج الأفضل للجميع"، وحل محله مبدأ أن السوق الحرة تنتج الأفضل لفئات أو نخب معينة على حساب الأخرى، وهذا ما ظهر جليا في الإعلام حيث نشأت الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى مثل: (فياكوم، وأمريكا أون لاين تايم وونر، ومجموعة ديزني، ومجموعة جنرال إلكتريك، وغيرها)، وهذه شركات أمريكية عملاقة، إلى جانب الشركات الأوروبية، مثل: (برتلزمان،وفيفندي العالمية، ومجموعة سكاي بي البريطانية، وماترا هاشت الفرنسية، ونيو كوربريشن الاسترالية، وسوني اليابانية، وغيرها).

3. **عوامل تنظيمية:** وكان هدفها إرساء قواعد مهنة الصحافة وتبلور تقاليدها المهنية والأخلاقية والحاجة إلى أخلاقيات إعلامية تصون هذه المهنة وتحمي قيم المجتمع[2]، وفي سياق ذلك ظهرت الاتحادات المهنية والجمعيات واللجان التي تحاول تنظيم المهنة مثل "جمعية ناشري الصحف الأمريكية "و" الجمعية الأمريكية لمحرري الصحف"، وهذه بدورها أصدرت مبادئ الصحافة في عام 1923، وتبعه ميثاق إنتاج

(1) الخولي، يمنى طريف، مشكلة العلوم الإنسانية: تقنيتها وإمكانية حلها، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1990، ص 38.

(2) مراد، كامل خورشيد، مرجع سابق، 2011، ص263.

صناعة السينما عام 1930، وميثاق الإذاعيين عام 1937، وكانت هذه مبادرات ذاتية وجهداً إراديًا لتطوير معايير الأداء نحو المسؤولية الاجتماعية، وتوجت الانتقادات التي راجت بتقرير لجنة "حرية الصحافة"، ونص تقريرها من ضمن ما نص على" إذا استمرت انتهاكات الخصوصية وعدم تحري الصدق والموضوعية، فإن الصحافة لن تكون بمنجاة من التدخل الحكومي".

4. **بروز الاتجاه الأخلاقي في الصحافة:** راجت في أواخر القرن التاسع عشر الصحافة الصفراء أو صحافة البنس، أي الصحافة الرخيصة ذات المواد الإعلامية المسطحة أو المثيرة على حساب الموضوعية والرصانة، وتراجعت الصحافة المسؤولة والرصينة والصحافة الثقافية، ويرى ماكنتير وهيبرماس أن مشروع التنوير الأوروبي لبناء مجتمع علماني متحرر من الأخلاقيات والميتافيزيقا والافتراضات الدينية قد فشل، ويرى كريستنز أن المبادئ الأخلاقية ليس لها تطبيق موضوعي خارج إطار المجتمع الذي أنتجها، لذلك فإن الاختيار الوحيد المشروع هو أخلاقيات شاملة ثقافياً بدلاً من تلك المتحيزة للسيطرة الغربية[1].

سابعاً - الايجابيات التي قدمتها نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة والإعلام

Pros Provided by the Theory of the Social Responsibility of Media

قدمت نظرية المسؤولية الاجتماعية الكثير من الإيجابيات للصحافة والإعلام، من أهمها[2]:

(1) صالح، سليمان ، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الكويت، مكتبة الفلاح، 2007، ص292.

(2) صالح، سليمان، أخلاقيات الإعلام، الكويت، دار الفلاح، 2010، ص 104.

1. إنشاء مجالس للصحافة تكون مهمتها المحافظة على حرية الصحافة، والمحافظة على أرفع المعايير المهنية للصحافة، وبحث شكاوي الجمهور ضد الصحف.
2. إصدار مواثيق أخلاقية مهنية، يقوم الصحفيون أنفسهم بإصدارها عبر منظماتهم المهنية مثل النقابات والاتحادات التجارية، أو من خلال مجالس الصحافة.
3. أن تقوم الوسائل الإعلامية نفسها بإصدار مواثيق أخلاقية.
4. اقتراح نظام الأمبودسمان، وقد طبق أول ما طبق في السويد، والأمبودسمان الخاص هو شخص تعينه الصحيفة ومهمته أن يقوم بمتابعة الجوانب والشكاوي الأخلاقية في المواد الصحفية المنشورة، وثمة شكل آخر من هذا النظام، هو الأمبودسمان العام، وهو لجنة أو جهاز تشارك به كافة الصحف ويرأسه شخص واحد ومهمة اللجنة أيضاً متابعة الشكاوي ومراقبة المواد ذات الأبعاد الأخلاقية، وكلمة الأمبودسمان (Ombudsmann) كلمة سويدية يمكن أن تكون تجرمتها الحرفية "ممثل الشعب" أو "مفوض الشعب" أو "المدعى العام الشعبى"، وقد انتقلت فكرة المراقب أو مندوب الشعب هذا إلى بعض الدول الأخرى؛ خصوصًا الدول الغربية، وفي العالم العربي أيضًا هناك محاولات في هذا الصعيد تمثلت فيما سمي "الشبكة الإقليمية لمكاتب الأمبودسمان العربية".

ويمكن أيضًا إضافة أن المسؤولية الاجتماعية كان لها الفضل الكبير في إشاعة ثقافة المسؤولية الاجتماعية على مستوى الوسائل الإعلامية خصوصًا، وفي ثقافة الجمهور عمومًا بما في ذلك المؤسسات الربحية.

وبرغم هذه الايجابيات للمسؤولية الاجتماعية إلا أن مفاهيمها قد تعرضت لانتقادات كثيرة فيما يلي تلخيصها[1]:

1. الانتقادات الموجهة للجنة حرية الصحافة، ومفادها أن أعضاء اللجنة، وهم اثني عشر أكاديميًا، لا يملكون الحق في نقد الصحافة وفي تحديد ما يتوجب عليها القيام به، لأنهم من خارج الجسم الصحفي، وقد اتهم هؤلاء بالتحيز، ومنها أيضًا أن اللجنة استخدمت في تقريرها عبارات مطاطة غير محددة.
2. الانتقادات التي ترى في المسؤولية الاجتماعية انتقاصاً من حرية الصحافة. وقد رأى فيها بعض النقاد أن تلك الانتقادات تسهل التدخل الحكومي في عمل الصحافة.
3. الانتقادات التي دللت على عجز نظرية المسؤولية الاجتماعية عن إصلاح الأداء الإعلامي في الغرب، وفيها أن الأخلاق في وسائل الإعلام الأمريكية صارت إلى انحطاط بتورطها في الكثير من أفلام العنف والإباحية، وانخفاض مصداقية الصحافة بين أفراد الجمهور، وزيادة اهتمام الصحافة بالشؤون الإنسانية وأخبار الحوادث، وازدياد الاحتكار لوسائل الإعلام وغير ذلك من الانتقادات.
4. الانتقادات الموجهة لآليات التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، وذلك من خلال نقد"مواثيق الشرف"، باعتبارها تشكل تدخلاً في عمل الصحافي أو ضغطاً عليه، وكذلك فقد لاقت مجالس الصحافة التي انتشرت في الدول الغربية النقد من قبل بعض الصحفيين، ذلك أن هذه المجالس لم تكن منزهة عن الخطأ، وأعضاؤها ليسوا منزهين عن الشبهات والتدخل الحكومي فيها.

---

(1) حسام الدين، محمد، المسؤولية الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 69.

يلاحظ من الانتقادات السابقة أن معظمها يتركز على البُعد الإجرائي الذي نادت به نظرية المسؤولية الاجتماعية، ولم تمس جوهر مبادئها المتعلقة بالحريات المسؤولة، أما ما يتعلق من هذه الانتقادات بعجز نظرية المسؤولية الاجتماعية عن إصلاح الأداء الإعلامي وتواصل انحطاط الأخلاق في الكثير من وسائل الإعلام الغربية، فذلك ما جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية لتحد منه وتقاوم انتشاره مقابل اتجاهات أخرى ليبرالية ونفعية وفوضوية واحتكارية أرادت الاستمرار في هذا الاتجاه وحمايته بالاحتماء وراء تشريعات الحريات، وأرادت التملص من خلال الشعارات البراقة من ديمقراطية، وإبداع، و حريات، وأحكام السوق، وغير ذلك من المرتكزات التي مثلت كلمات حق أريد بها باطل.

ثامنًا . مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع

The Responsibility of the Media to the Community

تعددت التصنيفات التي تُعدد الواجبات الملقاة على عاتق وسائل الإعلام، وثمة خلط وربما تداخل حقيقي بين الواجبات والوظائف والأهداف، غير أن ما يميز الواجبات Duties عن غيرها، هو أن الواجبات تنضوي على بُعد أخلاقي ينطلق من الالتزام الذاتي للصحفي وللوسيلة الإعلامية، وسنقوم بمناقشة المرادفات المتعددة أو المصطلحات المتقاربة لتعبير المسؤولية الاجتماعية في الصفحات التالية من هذا الكتاب، عندما يحين الحديث عن (وظائف وسائل الإعلام للمجتمع).

وفيما يلي واحدًا من تصنيفات واجبات وسائل الإعلام ذات البعد الأخلاقي المرتبط بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وكنتيجة لتحليل

اثنين وستون ميثاقًا أخلاقيًا وُجد أن المسؤوليات ذات البعد الأخلاقي تتمثل في ثمانية مسؤوليات، هي[1]:

1. **الدفاع عن الحريات العامة:** وهي حرية العقيدة وحرية الفكر وحرية التعبير وحرية الإعلام، وقد نصت الديانات السماوية والقوانين الإنسانية العالمية على هذه الحريات.
2. **حق الجمهور في المعرفة:** وتعني أن من حق كل مواطن معرفة المعلومات والأخبار التي تخصه وتخص مجتمعه ودولته لأنها تؤثر في حياته، لكن على وسائل الإعلام احترام حق الجمهور بالمعرفة ونشر الأخبار الصادقة الصحيحة وليس الأخبار الملفقة أو غير الدقيقة، وليس العبرة بكمية المعلومات التي يتلقاها الجمهور بل بنوعية المعلومات التي يجب أن تزيد من قدرات الإنسان الثقافية والتحليلية والإبداعية والنقدية وتؤدي إلى أن يقوم الإعلاميون بدورهم في تحقيق حق الجمهور بالمعرفة.
3. **إدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور:** وهذا يعني أن تقوم وسائل الإعلام بنشر الآراء المختلفة، وأن يكون هناك عدالة في الفرص المعطاة لكل رأي أو لكل موقف، حتى لو كان معارضًا للرأي السائد أو رأي الحكومات أو رأي الوسيلة الإعلامية، والمناقشة الحرة تعني أيضًا احترام الرأي الآخر.
4. **الدفاع عن مصالح المجتمع:** يُعد الدفاع عن مصالح المجتمع في وجه الأعداء من واجب وسائل الإعلام، ومن واجبها أيضًا أن تنبه الناس وتوعيهم بالأخطار التي تحدق بمصالح المجتمع من قبل أية جهات أخرى داخلية، بما فيها الدولة نفسها من وجهة نظر البعض، غير أن الإشكالية ستبرز في حالة وقوع الأزمات وحيث تغيب المعايير لاتخاذ

(1) صالح، سليمان، مرجع سابق، 2010، ص 183.

الموقف المناسب إزاء بعض الأحداث والظواهر، وقد أدان الكثيرون وسائل الإعلام المصرية مثلا إزاء دورها المساند للنظام السياسي إبان ثورة 25 يناير 2011، ولعدم مساندتها القوى والحركات الثورية، بالمقابل أدينت تلك الوسائل من قبل جهات أخرى لفشلها في إنتاج خطاب إعلامي مدافع عن الدولة والاستقرار والأمن وغير ذلك من المفاهيم التي تعكس القدر الكبير من النسبية والجدلية في تعريف مصلحة المجتمع أو مصلحة الدولة أو واجب الصحافة.

5. **كشف الانحرافات والفساد:** كثيرًا ما يكون لوسائل الإعلام دور مهم في منع الفساد أو في التخفيف منه، وفي بعض الأحيان في الكشف عن الفاسدين وتقديمهم للمساءلة القانونية، ويتعرض دور وسائل الإعلام على هذا الصعيد أيضًا لجدل واختلاف بين وجهتي نظر، الأولى ترى أن وسائل الإعلام تبالغ في تناولها لقضايا الفساد وبما يضر بصورة الدولة ورموزها، مقابل الرأي الآخر الذي يدين وسائل الإعلام أو ينتقدها لعدم فاعليتها أو لعدم جديتها في تناول تلك القضايا أو لحجبها بعض تلك القضايا أو الكثير منها حسب وجهة النظر تلك.
6. **احترام حق المجتمع في إدارة العدالة:** احترام حقوق كل الأطراف في التعبير عن آرائها، والعرض المتوازن لآراء الأطراف المختلفة، وإتاحة الفرصة أمام الآراء السياسية والجماعات والأقليات لعرض وجهات نظرها أو منحها القدرة على امتلاك وسائل إعلام خاصة بها.
7. **احترام القيم العامة للمجتمع:** فلكل مجتمع معتقداته وقيمه الأصيلة وعاداته وتقاليده، ويجب على وسائل الإعلام احترام ثقافة المجتمعات وعقائدها وقيمها ورموزها الدينية والقومية والوطنية، وعدم التعدي عليها بحجة الحرية، كما فعلت بعض الصحف الدانمركية حينما

اختارت الإساءة للرسول الكريم صلى الله عليه وسلم، وحينما أساءت للمسلمين في كل أنحاء العالم بدعوى الحرية، وكأن الحرية تتحقق بالإساءة للآخرين. إن احترام القيم العامة للمجتمعات هي إسهام أو التزام بالجوانب الأخلاقية للمسؤولية الاجتماعية، وهي تسهم في تحقيق التماسك الاجتماعي وتساعد على بث روح الألفة والتعاون بين الناس وبين المجتمعات المختلفة وترفع من قيمة الفرد والمجتمع وقيمه الإنسانية.

8. **عدم نشر ما يشكل إساءة للذوق العام:** ويقصد بها الالتزام بالآداب العامة والنواحي الأخلاقية، وعدم نشر ما يخدش الحياء العامل أو ما يسيء إلى الأديان والمذاهب الدينية من خلال نشر الصور والأفلام أو النصوص التي تتضمن إساءة للذوق العام، مثل صور وتفاصيل بعض الجرائم المروعة أو مثل صور بعض الفنانين والفنانات أو الراقصات اللواتي لا يتقيدن بآداب المجتمع ويظهرن أجسادهن ومفاتنهن، كذلك الصور والمواد الإعلامية التي تتضمن العنف أو تعلي من قيمته، وكذلك الصور الكثيرة المتضمنة المشاهد الجنسية المنافية للفطرة والمناقضة لأخلاق المجتمع وأدبياته، ومن ذلك أيضًا نشر كلمات التحقير والسخرية واستغلال أحزان الناس وتجنب التعبيرات الهابطة والمسفة، وهنا أيضًا تظل إشكالية وجدلية النسبية في الثقافة في تعريف الذوق العام أو تحديد الآداب العامة أو خدش الحياء العام، ومثل هذه الجدليات كثيرًا ما تصل إلى المحاكم هنا أو هناك من دول العالم، فتختلف أحكام القضاء فيها من بلد إلى آخر ومن حالة إلى أخرى.

تاسعًا- الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام

Social Functions of the Media

ثمة تداخل كبير ما بين مفاهيم كثيرة في الإعلام كما في العلوم الإنسانية الأخرى، ومن ذلك الخلط أو التداخل بين مفاهيم: الأهداف،والمسؤوليات، والوظائف، والتأثيرات، والواجبات.

وقد رأينا أن مفهوم **الأهداف** Targets، هو المنظور الذي ينظر من خلاله الكثير من الإعلاميين لتحديد علاقتهم ووسائل الإعلام من جهة بالمجتمع والدولة من جهة أخرى، وبذلك فالأهداف هي منظور القائمين بالاتصال نحو دور وسائل الإعلام، وما يميز الأهداف عن غيرها أن الأهداف قد تتحقق وقد لا تتحقق. ومن ذلك ثمة من يرى أن هدف وسائل الإعلام يجب أن يركز على عملية الرقابة لأعمال الحكومات أو السلطات الأخرى،باعتبار الصحافة الممثل الشرعي لصوت المجتمع، ومنهم من يزيد على عملية النقد بإضافة هدف "التوعية" أو "التنوير" أو "تجسيد الرأي والرأي الآخر"، وغير ذلك من الشعارات.

أما **المسؤوليات** Responsibilities فتعني ما يجب أن تقوم به وسائل الإعلام أو ما تتحرى القيام به نحو غيرها، وهو ما تسأل عنه من قبلهم،لذلك فالمسؤوليات هي أقرب لأن تكون من وجهة نظر الدولة والمجتمع، أي من وجهة نظر المتلقين والمتفاعلين سواء كانوا جماعات وأفراد أو منظمات كالحكومة أو القضاء، فهي غالبًا ما تناشد وسائل الإعلام الالتزام بمسؤولياتها تجاه الوطن أو تجاه الدولة والمجتمع، لكن المناداة بالمسؤولية الاجتماعية، أو بالواجبات لا يقتصر على هذه الجهة أو تلك، ومفهوم **الواجبات** Duties مفهوم نسبي يختلف باختلاف حامله أو قائله أو المطالب به، فالحكومة تطالب وسائل الإعلام القيام بواجباتها، مثلما تفعل المعارضة الشيء نفسه، وما يميز الواجبات أنها تتمتع ببعدين، أولهما

البعد الأخلاقي، وثانيهما الإلزام، ومن المحتمل أن يكون البعد الأخلاقي ناتجاً عن بعد الإلزام والالتزام، سواء كان ذلك الإلزام ناتجاً عن إلزام ذاتي أو تعهد ذاتي (Self Commitment)، أو ناتجاً عن إلزام خارجي (Obligation).

أما **التأثيرات Effects**، فهي التغيرات التي وقعت بالفعل نتيجة لعمل وسائل الإعلام على مستوى الأفراد أو على مستوى المجتمع أو على مستوى الدولة نفسها، بحيث يمكن معاينة تلك التغيرات أو الآثار في القيم Values أو الوجدان Conscience، أو في الأفكار Ideas والمعتقدات Beliefs أو في السلوك Behavior، ومن ذلك ما يُعزى لدور وسائل الإعلام في زيادة وعي الناس، أو ما تتهم به بعض وسائل الإعلام من تدني الذوق الفني، أو خلخلة التماسك الاجتماعي، أو ما ينسب لها من دور تثويري نحو الأنظمة القمعية.

والوظائف Functions، مفهومًا أكثر اتساعًا وثباتًا وعموميةً من المفاهيم السابقة، وتحديد الوظائف لوسائل الإعلام يأتي من خلال تحليل ودراسة الوظائف الحقيقية التي قامت وتقوم بها وسائل الإعلام نحو المتلقين سواء كانوا الأفراد أو المجتمع أو الدولة، وهذا ما يذهب إليه منظور التحليل البنائي الوظيفي (Functional- Structural) الذي يستند إلى ملاحظة الأدوار الحقيقية التي قامت بها وسائل الإعلام فعلاً في الواقع وليس من وجهة نظر أي جهة أخرى مثلما هي في المناظير والمفاهيم الأخرى التي تأتي إما من وجهة نظر القائمين بالاتصال أو من وجهة نظر المتلقين أو من وجهة نظر المشرعين أو الناقدين أو غيرهم. وبناء على هذا المنظور التحليلي، يمكن أن تزداد وظائف الاتصال الجماهيري أو تتناقص تبعاً للتطور في هذه الوسائل وللتطور في عناصر المجتمع نفسه.

وإذا كان بعض رواد الدراسات الإعلامية قد حددوا ثلاث أو أربع أو خمس وظائف رئيسية لوسائل الإعلام، فإن ذلك الاختلاف في تصنيفاتهم

مرده التطور الفعلي إما في المجتمع نفسه من جهة، أو في وسائل الإعلام وتقنياتها ومضامينها من جهة أخرى، مما أنعكس على وظائف وسائل الإعلام، وفي التصنيف التالي إجمالاً لهذه الوظائف بناء على ملاحظة ومعاينة وظائف وسائل الإعلام سواء في الأدبيات العلمية أو في الواقع المعاصر(1):

1. **الوظيفة الإعلامية والإخبارية**: وتتمثل في جمع وتخزين ومعالجة الأنباء ونشر الرسائل والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية، والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة.
2. **وظيفة التنشئة الاجتماعية**: فبما أن وسائل الإعلام أداة من أدوات المجتمع، فهي تعمل أيضا على نقل عناصر التنشئة الاجتماعية إلى أفراد المجتمع ليصبحوا جميعا أعضاءً فاعلين إيجابيين في هذا المجتمع، وفي تحقيق أهدافه النهائية.
3. **وظيفة خلق الدوافع**: ويقصد بذلك أنّ الاتصال والإعلام يسهمان في دعم الاختيارات الشخصية والتطلعات ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات، والتي تتجه نحو تحقيق الأهداف المتفق عليها، ووسائل الإعلام تتيح للأفراد والجماعات فرصا أكبر للعمل والإنتاج وتعزيز الانتماء، ومن أمثلة ذلك أن البعض لا يشعر بانسجامه مع وسائل الإعلام الحكومية والحوافز التي تطرحها في قضية معينة ومنها

(1) تم الاعتماد في تحديد هذه الوظائف على المصادر التالية:

- البرغوثي، شريف والبهبهاني، يعقوب، النظام الإعلامي الجديد، ط2، عمان، دار رؤى للنشر والتوزيع، 2004.
- أبو الحمام، عزام، الإعلام والمجتمع، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- دهيبة، محمد محمود، الإعلام المعاصر، ط2، عمان، مكتبة المجتمع العربي، 2007.

المشاركة في التبرع للمرضى مثلا، لكنّ هذا الهدف سيسهل الاستجابة له من قبل فئات أخرى من المجتمع عندما تجد منابر أخرى تدعو للهدف نفسه، وبذلك تتوفر الدوافع لأكبر قدر من فئات المجتمع للمشاركة في الأهداف العامة للمجتمع والدولة.

4. **وظيفة الحوار والنقاش:** يسهم الاتصال والإعلام في توفير وتبادل الحقائق اللازمة لتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة على نحو أفضل بالنسبة لكل الأمور التي تهم الجميع محليًا وقوميًا وعالميًا، وهذا يشير إلى أهمية الدور الذي تضطلع به الوسائل الإعلامية المعارضة، حيث إن هذا الدور يظلّ حيويا ومهما على مستوى الأفراد وتعدد الرأي وتعلم أصول وآداب الحوار والاختلاف، وعلى مستوى الدولة حيث يتاح سماع آراء ومقترحات أخرى بديلة لتحقيق أفضل الأهداف على المستوى الوطني.

5. **وظيفة التربية:** وتتمثل في الإسهام بتربية النشء الجديد على القيم والمثل العليا للمجتمع، وعلى تكريس الآداب العامة وتحفيز الطاقات الإبداعية البناءة، وكذلك الاهتمام بالمضامين والأشكال التعليمية التي تسهم في بناء الشخصية السوية وإكسابها المهارات والقدرات في كافة المراحل العمرية.

6. **وظيفة النهوض الثقافي:** ومن وظائف الاتصال والإعلام نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث، والنماء الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله، وإشباع حاجاته المعرفية والجمالية، وإطلاق قدراته الإبداعية، والإطلاع على تجارب الآخرين.

7. **الوظيفة الترفيهية:** والترفيه هو بالأساس حاجة إنسانية مثلما أكدت ذلك الكثير من الأبحاث والدراسات، ويكتسب الترفيه كحاجة

بعدين اثنين: الأول نفسي للأفراد، حيث يصاب الشخص بالملل جراء روتين الحياة اليومي أو جراء بعض المشاق التي يعانيها في أعماله، فيصبح الترفيه شكلاً من أشكال الراحة والاستجمام النفسي والجسدي أيضاً إذ يخلد الشخص بعض الوقت متخففًا من ضغوطات الحياة، والترفيه أيضًا حاجة اجتماعية، ذلك أنه يوفر للأشخاص تعلم ما يسمى "بالأدوار" من خلال الأعمال التمثيلية، أو من خلال الأعمال الغنائية التي تعكس مجموعة علاقات الأشخاص وقواعد التعامل فيما بينهم، وهو حاجة اجتماعية لأنه كثيرًا ما يوفر فرصة له ولغيره من "المشاركة في المواقف"، أي المشاركة في انفعالات أو أفكار معينة، والمشاركة في الظرف، أي المشاركة في مشاهدة أو ممارسة لعبة ترفيهية معينة.

8. **وظيفة التكافل**: وتتمثل في توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى وسائل إعلامية متنوعة تحقق حاجاتهم في التعارف والتفاهم والتعرف على ظروف معيشة الآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم مما يُسهم في التكافل بين مكونات المجتمع الواحد والمجتمع الإنساني أيضًا، وتهتم بعض وسائل الإعلام، خصوصًا المسموعة منها، ببث برامج إذاعية تتيح الفرص للمواطنين لعرض شكاواهم وقضاياهم ومشاكلهم، مما يسهم في إيجاد الحلول لها سواء من قبل الجهات المسؤولة أو من قبل بعض المستمعين المتعاطفين مع تلك القضايا.

9. **تلبية الحاجات التجارية والإرشادية المتنوعة**: فقد بدأت وسائل الاتصال والإعلام تشكل منبرا جيدا للترويج التجاري لأنها تصل إلى قطاع واسع من المستهلكين، وسرعان ما تطوّر الأمر لتتخصص بعض وسائل الإعلام في النشاط التجاري وخصوصا الدعاية

والترويـج، ووصـل بهـا الأمـر للتخـصص في حقـل محـدد مـن حقـول النـشاط التجـاري كحقـل العقـارات أو الـسلع الطبيـة والتجميليـة، وغيرهـا، أمـا الخـدمات الإرشـادية فقـد بـدأت علـى شـكل بـرامج أو فقرات مؤقتة أو طارئة وسرعان ما تم تثبيت بعضها لتصبح برامج دورية أو زوايـا ثابتـة، ومـن ذلـك أخبـار حالـة الطقـس أو وضـع الحركـة في الطرقـات وحركـة الطـائرات المـسافرة والقادمـة وأخبـار البورصـات العالميـة والمعطيـات الـسياحية الـتي تهـمّ بعـض قطاعـات النـاس، إلى أن اختارت بعض وسائل الإعلام التخصص أيضا في بعض هـذه الحقـول أو التخصصات الميكروبية.

10. **الإعلام لأجل تحقيق الذات الوطنية (الهوية):** إن التعبير عن الـذات لـدى الإنـسان هـي حاجـة فطريـة بحـد ذاتهـا، وهـي بقـدر مـا هـي حاجـة اجتماعيـة، فهـي حاجـة نفـسية أيضا، فالإنـسان ينـزع للتعريـف بنفسه والإعـلان عنهـا بطـرق شـتى، وهـو في ذلـك يـسعى لتحقيـق اعـتراف الآخـرين بـه وبهويتـه، ويـسعى كـذلك إلى تحقيـق الاحـترام أو الهيبـة أو الهيمنـة أو الـشفقة، وغيرهـا، مـن الحاجـات النفـسية والاجتماعيـة، وكـان ماسلو Maslow قد جعل من حاجة الإنسان في "تحقيق ذاتـه" Self-Actualization حاجـة أساسـية تتـوج حاجاتـه الأخـرى مـن أمـن وغـذاء وكـساء وانتمـاء، ممـا يـدلل علـى أنهـا حاجـة للأفـراد في المجتمعـات المتقدمة، التي استطاعت تحقيق الوفرة والإشباع في الحاجات الأخرى الأكثر حيويـة، أما كلـود ليفـي شـتراوس فقـد أوضـح في الكـثير مـن مقالاته الأنثربولوجية هذه النزعـة لـدى الثقافـات البـشرية، وقـد أخـذت وسائل الاتصال والإعـلام تـوفر للنـاس أفـرادا وجماعـات فرصـا حقيقيـة للتعريـف بأنفـسهم وهويـاتهم بمـا يُـسهم في تحقيـق حاجـة أصيلة لـدى الأفـراد والجماعـات، ألا وهـي حاجـة تحقيـق الـذات والتعريـف بهـا

وتقديمها للآخرين بهدف التفاعل وبهدف إبراز الهوية المتميزة أيضاً، بمعنى لو افترضنا جدلا أن وسائل الإعلام والمجتمع كذلك ليست بحاجة للقيام بالوظائف الأخرى، فإنها لن تستطيع تجاهل هذه الوظيفة بشكل أو بآخر، مما يدلل على أن هذه الحاجة واحدة من الحاجات الأصيلة للمجتمعات الحديثة وربما القديمة أيضا.

11. **الوظيفة السياسية للإعلام:** تعاظم دور وسائل الاتصال والإعلام إلى الدرجة التي يصعب معها فصل الإعلام عن البنى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية كما أسلفنا، وقد بات دور الإعلام في البنى السياسية أكثر من غيرها نظرا لأسباب متعددة أهمها أن العمل السياسي قائم على الاتصال بمفهومه الواسع أولا، ثم لأن العمل السياسي يتوجه إلى جمهور المتلقين على اختلاف فئاتهم سواء كنخب سياسية أو عموم الجماهير، أي بمعنى أن الاتصال والإعلام هو في الأصل حاجة سياسية وإدارية وتوجيهية، مما لا ينفع معه الاستغناء عنها في إدارة العمل السياسي الداخلي أو الخارجي.
12. **وظيفة التأريخ للمجتمع:** إذ تقوم وسائل الإعلام بتسجيل الأحداث والظواهر اليومية ذات الأهمية العامة، وتشكل وسائل الإعلام، وخصوصًا الصحافة المطبوعة، مصدرًا مهمًا للمؤرخين والباحثين لتتبع الأحداث التاريخية.

وأخيرا، فإن تحقيق تلك الوظائف من خلال وسائل الاتصال والإعلام عادة ما يجري في سياق مشترك أو مختلط، فبعض البرامج المقدمة من قبل وسائل الإعلام تحقق أكثر من وظيفة وتلبي أكثر من حاجة في الوقت نفسه كالترفيه والتثقيف، أو وظائف التنشئة والتربية والأخبار. وهذا ما تميل إليه الغالبية من وسائل الإعلام العامة، أما الوسائل الإعلامية المتخصصة فهي تجعل من اختصاصها الأولوية الأولى دون أن يمنعها ذلك من

تقديم نِسب صغيرة محددة من وظائف واهتمامات أخرى كالإذاعات الإخبارية التي تقدم البرامج الدعائية أو الأفلام الوثائقية أو المواد الإرشادية في مجالات شتى.

وبعد هذا العرض لوسائل الإعلام، فإن السؤال الذي نطرحه هو: كيف يمكن تحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال وسائل الإعلام؟

إن استعراض وظائف وسائل الإعلام بالطريقة المفصلة السالفة، يبين ما على وسائل الإعلام من مسؤوليات جسيمة وتحديات كبيرة أثناء قيامها بوظائفها تلك، إذ مهما ظلت وسائل الإعلام تجتهد فإنها لن تعدم النقد وعدم الرضا من قبل فئات مختلفة في المجتمع أو الدولة، وهذا يعود إلى أن عمل وسائل الإعلام لا بد أن يعود بالضرر على البعض مثلما سيعود بالنفع على البعض الآخر، وهذا لا يعني أن على وسائل الإعلام الاقتصار على تقييم آثار عملها من خلال هذه القاعدة، بل عليها أيضًا الأخذ بالاعتبار عددًا آخر من القواعد، وعلى رأسها القواعد الأخلاقية بصرف النظر عن نسبة المتضررين من نسبة المنتفعين.

والقواعد الأخلاقية في الأداء الصحفي هي الوجه الآخر للمسؤولية الاجتماعية، أو هي جوهر المسؤولية الاجتماعية، لكن المشكلة أن واقع العمل الإعلامي اليوم قد يدفع بعض الإعلاميين إلى التغاضي عن بعض القواعد الأخلاقية ولهم في ذلك حجج منها: عدم المخاطرة، محاولة الريادة، وعدم وجود حماية قانونية، أو حماية المصادر الإخبارية.

ويستخدم "ديني إليوت Elliott كلمة "المسؤولية" Responsibility بمعنى مرادف لكلمة "الإلزام" Obligation، وينظر إلى المسؤولية الإعلامية من خلال ثلاث فئات هي:[1]

---

(1) مكاوي، عماد حسن، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، ط3، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 167.

1. **مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام:** ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات، وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، وكلاهما يتصارع أحيانًا مع الآخر، إذ أحيانًا يؤدي تقديم المعلومات إلى إلحاق الضرر بالآخرين، لكن الاحتكام لمفهوم "المنفعة" Utility يقتضي أحيانا التضحية بمصالح الفرد في سبيل صالح المجتمع.
2. **مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي**: وهي امتداد للمسؤولية الأولى وتعتمد على:

أ. نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع، وما يتوقعه المجتمع من الأفراد.

ب. أداء الرسالة السابقة مع تجنب أي ضرر بقدر الإمكان.

ج. إبلاغ الناس بما يحقق صالحهم الآن وفي المستقبل.

د. أداء الرسالة السابقة بطريقة لا تقلل من ثقة الناس في مهنة الصحافة.

3. **مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه**: وذلك من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه في صالح المجتمع.

عاشرًا. وسائل الإعلام كمؤسسات تجارية وغير تجارية

The media as commercial and non-commercial institutions

تنقسم وسائل الإعلام من حيث الأسس التجارية للمؤسسة إلى أنواع ثلاثة، الأول وهو المؤسسات المملوكة للدولة، وهي غالبًا لا تستهدف تحقيق الربح بقدر ما تهدف إلى تحقيق الأغراض الإعلامية التي تحددها الدولة أو الحكومة صاحبة الولاية على مؤسسات الدولة واذرعتها المختلفة، والنوع الثاني هو المؤسسات الإعلامية الهادفة إلى تحقيق الأرباح مثلها مثل أي مؤسسة تجارية أخرى، وقد تشارك الحكومة في نسبة من أسهمها ويكون لها حق المشاركة في الإدارة والقرارات، أما النوع الثالث

فهي وسائل الإعلام الصغيرة التي عادة ما يقوم عليها نفر قليل من الناس بدافع الهواية وإيصال الرسالة والإسهام في صناعة الثقافة والفن والمعرفة. وبين هذه الأنماط من وسائل الإعلام، يوجد تدرجات من حيث نوعية المساهمين وحجم مساهماتهم المالية فيها وكذلك من حيث حجم المؤسسة وأعداد العاملين فيها.

إن الكثير من وسائل الإعلام تتصف بما تتصف به الشركات التجارية الكبرى أو المتوسطة أو الصغيرة من:

1. بناء تنظيمي داخلي يوزع المهمات والواجبات والمسؤوليات.
2. عدد من العاملين سواء في مباني المؤسسة أو في مكاتبها وفروعها أو في الميدان أو تلك الفئات الأخرى التي تتصل أعمالها بأعمال المؤسسة الإعلامية مثل موزعي الصحف ومثل منتجي الأفلام والدعاية وعمال الديكور والصيانة وغيرهم.
3. عمليات تجارية واقتصادية تقوم بها المؤسسة بما يؤثر سلبًا وإيجابًا على المجتمع المحيط.
4. التأثيرات المادية السلبية التي تنتج جراء أعمال المؤسسة، مثل مخلفات المطابع من الورق والأحبار، والأفلام الكيميائية والأوعية البلاستيكية والأجهزة المعدنية التالفة كالطابعات وغيرها من المخلفات، كذلك الإشعاعات الراديوية والكهرومغناطيسية والميكرووفية والضوئية والسمعية التي تؤكد بعض الأبحاث احتمالية وجود أو نشوء الأثر التراكمي السلبي على حياة الإنسان وصحته.
5. التأثير المعنوي السلبي تجاه المجتمع جراء ما تقوم بعض وسائل الإعلام ببثه أو نشره من المواد الإعلامية والدعائية، خصوصًا في مجال الترويج للنزعات الاستهلاكية أو التأثير على القيم والأخلاق المجتمعية.

وأمام تلك الأضرار والآثار التي تنتج عن عمل المؤسسات الإعلامية، كان لا بد للمؤسسات الإعلامية الالتفات إلى مسؤولياتها تجاه العاملين فيها وتجاه المجتمع والبيئة عمومًا، خصوصًا تلك المؤسسات التي تحقق قدرًا كبيرًا من الأرباح.

وتكاد واجبات تلك المؤسسات ومسؤولياتها لا تختلف كثيرا عن المؤسسات التجارية الأخرى، وبما يتجلي في المستويات الآتية:

(1) **في مستوى العاملين في المؤسسة:** وذلك من خلال:

- العمل على تحقيق الحدود المعقولة من الرواتب والأجور والضمانات الصحية والاجتماعية والتعليمية والتدريبية لهؤلاء العاملين ولأسرهم، وتزويد العاملين بوسائل الوقاية من الآثار السلبية للآلات المستخدمة.
- إفساح المجال أمام العاملين في المؤسسات الإعلامية لتنظيم أنفسهم واختيار ممثليهم وتكوين الاتحادات والنقابات المدافعة عن حقوقهم الساعية إلى تحسين ظروف عملهم وفرص تطوير الحياة أمامهم.
- إشراك العاملين وفق آليات مناسبة متفق عليها في اتخاذ القرارات التي تؤثر على أوضاعهم الوظيفية والمعيشية.
- إشراك العاملين في رسم سياسة الوسيلة الإعلامية.
- تأمين الدفاع القانوني في القضايا المرفوعة على الإعلاميين جراء قيامهم بأعمال صحفية لصالح المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية.
- تكريم الإعلاميين المجتهدين والبارزين في أعمالهم.

(2) **في مستوى المجتمع المحلي:**

- تخصيص وحدة أو قسم يتخصص في برامج المسؤولية الاجتماعية سواء من خلال وحدة خاصة أو من خلال العلاقات العامة في المؤسسة.

- المشاركة في برامج التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية من خلال برامج دائمة وبما يتناسب مع حجم المؤسسة وحم أرباحها السنوية، وبما يتناسب وحاجات المجتمعات المحلية.
- التزام بالعمل على تقليل الأضرار المادية والمعنوية التي قد تلحق بالمجتمعات المحلية جراء ممارسة المؤسسة أعمالها، وتشمل الأضرار المادية المخلفات المادية للمؤسسة فيما تعني الأضرار المعنوية الآثار السلبية على المجتمع من أخلاق وآداب عامة وشقاق وفتن وتنمية الروح الاستهلاكية.
- فتح أبواب المؤسسة أمام أعضاء المجتمعات المحلية، سواء كانوا قادة رأي أو طلبة متدربون، أو باحثون يسعون إلى الحقائق العلمية أو جمعيات غير ربحية تسعى لخير المجتمع وسعادة أفراده.
- الإسهام في دعم البحث العلمي للباحثين في مجالات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية والنشر باعتبارها أقرب المجالات لأعمال المؤسسات الإعلامية.
- الإسهام في دعم مؤسسات المجتمع المدني الطوعية من خلال الدعم المادي المباشر أو من خلال التدريب أو من خلال نشر إعلانات هذه المؤسسات مجانا كليا أو بشكل جزئي.

(3) في مستوى البيئة الطبيعية:

تقسم البيئة إلى: بيئة طبيعية، هي المظاهر التي لا دخل للإنسان في وجودها، والبيئة المشيدة، وهي البيئة المادية التي شيدها الإنسان إضافة إلى النظم الاجتماعية والمؤسسات التي أقامها.

وتعرف البيئة الطبيعية بأنها: "إجمالي الأشياء التي تحيط بنا وتؤثر على وجود الكائنات الحية على سطح الأرض، متضمنة الماء والهواء والتربة والمعادن والمناخ والكائنات الحية نفسها، وهي تشكل معًا مجموعة من

الأنظمة المتشابكة مع بعضها بعضا لدرجة التعقيد، مما يؤثر ويحدد بقاؤنا في هذا العالم الصغير[1]، ويتوجب على مؤسسات وسائل الإعلام دعم برامج حماية البيئة من خلال:

- العمل وفق برامج محددة للإسهام في الحفاظ على البيئة الطبيعية خصوصا البيئة التي تشكل المجال الحيوي للوسيلة الإعلامية، ويقف على رأس تلك البرامج الالتزام بالمعاهدات والقوانين الدولية والمحلية الهادفة إلى نظافة البيئة الطبيعية، ويمكن للمؤسسات القيام بأعمال تطوعية في هذا الصعيد من خلال موظفيها.
- تقديم الدعم المادي والإعلامي للجمعيات والمنظمات الساعية للحفاظ على البيئة ونظافتها.
- الالتزام بنشر قدر من البرامج التوعوية أو الدعائية من خلال الوسائل الإعلامية التابعة للمؤسسة والهادفة إلى الحفاظ على البيئة.

(4) في مستوى المساهمين في المؤسسة الإعلامية:

وكما أسلفنا فإن المؤسسة قد تكون مملوكة للقطاع الحكومي بأكملها أو بنسبة منها، وقد تكون مملوكة للقطاع الخاص، وهنا على المؤسسة أن تحقق للمساهمين أيضًا مصالحهم بما يحقق لهم العدالة ، ومن ذلك:

- السعي نحو تحقيق نسب معقولة من الأرباح بما يعود على مستثمري أموالهم بالفائدة المرجوة.
- ترشيد الإنفاق الإداري إلى القدر المعقول، خصوصًا بالنسبة للإدارات العليا في المؤسسة.
- استشارة المساهمين في كل السياسات التي تقترحها الإدارة واتباع الأصول الإدارية والقانونية في ذلك.

---

(1) أمين، سحر، البيئة والمجتمع، عمان، دار دجلة للنشر والتوزيع، 2009، ص7.

- إفصاح المؤسسة عن كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بأعمال المؤسسة ووضعها أمام المساهمين.

(5) علاقة المسؤولية تجاه الحكومة:

يرى بعض الصحفيين أن التعاون مع الحكومة واجب قومي، سواء على المستوى الدبلوماسي الخارجي أو الداخلي، أو التعاون مع البوليس، وحتى أن بعضهم يعتقد بوجوب تعاون الصحفيين الأمريكيين مع المخابرات المركزية، ويتراوح هذا التعاون بين مجرد تبادل المعلومات إلى تكليف بعض الصحفيين تغطية وقائع محددة لخدمة المصالح الحكومية.[1] وتتجسد هذه الفلسفة في الكثير من الدول، خصوصًا إسرائيل التي تشهد تنوعًا كبيرًا في الفلسفات الصحفية، فمنهم المستقل ومنهم من يتعاون مع الأجهزة الحكومية بانضباطية الجندي المأمور أو المتطوع لتقديم خدمات إعلامية خصوصا في مجال جلب المعلومات لصالح الأجهزة الحكومية، خاصة إذا ما تعلق الأمر بالشؤون الخارجية والصراع مع الجانب العربي.

من ناحية أخرى، يرى بعضهم أن علاقة الصحافة مع الحكومة هي علاقة تكاملية أو تبادلية، فالعلاقة التكاملية تقتضي أن كلا منهما يقدم خدمة للآخر بالقدر الذي يعتمد فيه على الآخر في تحقيق أغراضه وإنجاز وظائفه، وثمة من راح يوسع علاقة التكامل والاعتماد لتكون أشمل من علاقة وسائل الإعلام بالحكومات وأجهزتها، بل إن النظرة الشمولية ترى أن كافة مؤسسات المجتمع والدولة تخضع للعلاقة التكاملية التبادلية نفسها مع وسائل الإعلام.[2]

---

(1) مكاوي، عماد، مرجع سابق، 2003، ص 174.

(2) العبد الله، مي، مرجع سابق، 2010، ص186.

ويرى (ديفلير وروكيتش) أن العلاقات القائمة بين وسائل الاتصال والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهما بعض، والذي أصبح ملزمًا في المجتمع الحديث.[1]

وعلاقة الاعتماد المتبادل Interdependence هذه تشمل الاشتراك في الاعتماد على" المصادر" وعلى" الأهداف" أيضا، فمصادر الحصول على المعلومات تشكل هدفًا مشتركًا للأفراد والجماعات وللنظم الاجتماعية كما لوسائل الإعلام أيضًا، ومثل ذلك يقال عن الأهداف التي يمكن أن تتمحور حول تحقيق التوازن والاستقرار لكل النظم الاجتماعية كما للأفراد ولوسائل الإعلام أيضا.

لذلك، فإن علاقة التبعية للأهداف، هي التي تحدد القدر المناسب من سلطة وسائل الإعلام في أي موقف معين.

ويعني هذا أن وسائل الإعلام، باعتبارها نسقًا فرعيًا، أو نظامًا فرعيًا في الأنظمة الأكبر، إنما تقوم بدورها في الحفاظ على استقرار النسق واستمرار تمتعه بما لديه من مكتسبات اقتصادية وسياسية أو رعاية ما لديه من نُظم قيمية وثقافية، وهذا المنظور يحاول تجاوز المنظور (الوظيفي البنائي) بنظرة أكثر شمولية من علاقة الاعتماد فحسب، مما يسهل فهم المكانة المرموقة التي تقوم بها وسائل الإعلام للأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة. مثلما هي ضرورية أيضًا للنسق الأكبر المتمثل في المجتمع وفي الدولة.

---

(1) ديفلير، ملفين وروكيتش ساندرا بول، مرجع سابق، 1999، ص 416.

أخـيرًا ، فـإن أخلاقيـات الإعـلام ومـسؤولياته تقتـضي حمايـة مـصادر الـصحفيين تحـت كـل الظـروف، إلا أن بعـض الأنظمـة القانونيـة يجـبر الصحفيين أو يتيح لهم الإفصاح عن مصادر معلوماتهم في حالات محددة، ويعود تقدير تلك الحالات إلى القانون نفسه، ثم إلى الصحفي.



الفصل الخامس
المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة
Social Responsibility in Public Relations

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكِّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. تعريف العلاقات العامة
2. تحديد أهداف العلاقات العامة ووظائفها
3. بيان دور المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة
4. شرح وظائف العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية
5. تحديد الجهات التي تتوجه لها برامج المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة
6. بيان أثر التطورات الجديدة على العلاقات العامة
7. توضيح نظرية النظم وعلاقتها بالعلاقات العامة

الفصل الخامس

المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة

Social Responsibility in Public Relations

المقدمة Introduction

ما تزال العلاقة بين عمل العلاقات العامة وبين المسؤوليات الاجتماعية علاقة ملتبسة ولا تخضع لقوانين أو قواعد عامة لدى كافة المؤسسات العامة أو الربحية التي تقيم جسوراً للعلاقات مع البيئة المحيطة، ويبدو أن هذه العلاقة تمر في هذا الوقت من الزمن في مرحلة انتقالية نحو المزيد من بلورة هذه العلاقة وتأكيدها، ويعزى ذلك إلى أسباب عديدة منها أن مفاهيم المسؤولية الاجتماعية تُعدُّ مفاهيم جديدة في العلاقات العامة لأنها نشأت أصلاً في نطاق علوم الإدارة والمحاسبة وأنشطة الأعمال عموما، رغم أن المبادئ التي تنطلق منها المسؤولية الاجتماعية هي المبادئ نفسها في علوم الإدارة والأعمال وفي العلاقات العامة والإعلام أيضًا، إذ إن تلك المبادئ تقوم على قيم أخلاقية وقانونية وإنسانية.

وتتجسد المسؤولية الاجتماعية في الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة، سواء عند الاتصال مع الجمهور الداخلي، أو مع الجمهور الخارجي، ومن هذا المنطلق، يقع على عاتق العلاقات العامة الإسهام الكبير في رسم سياسات المسؤولية الاجتماعية وفي تنفيذها وتقييمها، وقبل كل ذلك الإسهام الكبير في تحضير البحوث اللازمة لها.

يتناول هذا الفصل تعريف العلاقات العامة، وتحديد أهداف العلاقات العامة ووظائفها، وبيان دور المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، وشرح وظائف العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية، وتحديد

الجهات التي تتوجه لها برامج المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة، وبيان أثر التطورات الجديدة على العلاقات العامة، وتوضيح نظرية النظم وعلاقتها بالعلاقات العامة.

أولاً. تعريف العلاقات العامة Definition of Public Relations

تعد العلاقات العامة من الوظائف الإدارية الحديثة، ولا يزال باب الاجتهاد النظري والتطبيقي مفتوحًا أمام المزيد من تطوير أساليب الممارسة وطرائقها، وصقل المفاهيم النظرية للعلاقات العامة في ضوء الممارسة[1]، لذلك فقد وجدت تعريفات متعددة للعلاقات العامة، حيث يعرفها المعهد البريطاني بأنها: إيجاد التفاهم المتبادل بين المنظمة وأفرادها وأي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة[2]، ويعرفها قاموس أكسفورد: بأنها: الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع[3].

أما التعريف المهني لمصطلح العلاقات العامة، فهناك مفهومان رئيسان لذلك، وهما:

المفهوم الأول: وهو المفهوم المقترن بنشأة مهنة العلاقات العامة، والذي يحددها بالنشاط الذي تمارسه المنظمة لإقامة تفاهم متبادل بينها وبين جمهورها، ومن التعريفات التي تأخذ بهذا المفهوم الأول ما جاء في قاموس أكسفورد للعلاقات العامة باعتبارها الفن القائم على أسس علمية لبحث

(1) حسين، سمير محمد، **العلاقات العامة**، ط 4، القاهرة، لا دار نشر، 2005، ص31.

(2) المصري، **العلاقات العامة**، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2000، ص5.

(3) الدليمي، عبد الرزاق، **الهندسة البشرية والعلاقات العامة: هندسة القبول والرضا**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011، ص40.

أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة.

المفهوم الثاني: ويشير إلى أنها فلسفة اجتماعية تهدف إلى معالجة مشكلات الفرد في المجتمع الحديث، ومساعدته على التكيف مع تلك المشكلات، وبالتالي تحقيق التوافق والتكامل الاجتماعي[1].

أما التعريف الذي يتماثل مع المفهوم الثاني الذي يأخذ بالبعد الاجتماعي فهو تعريف الشركة الدولية للعلاقات العامة الذي ينص على أن العلاقات العامة هي: الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين أعضائه، وبين مختلف قطاعات الرأي العام، ويتضمن هذا التعريف عدة عناصر هي: وجود فريق؛ أي المؤسسات والشركات، والجهود المبذولة؛ ويقصد بها النشاطات التي يبذلها الفريق لإقامة العلاقات الطيبة، ثم إقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين المؤسسة والجمهور، وأخيرا أطراف العلاقة الطيبة ويقصد بها العلاقة الطيبة مع الجمهور الداخلي للمؤسسة، ثم علاقة المؤسسة وجمهورها الداخلي بجمهور المنتفعين[2].

وهناك اتجاه ثالث حديث لمفهوم العلاقات العامة ووظائفها بدأ ينتشر في الكثير من منظمات الأعمال والعمل العام، يتمحور حول مهام المسؤولية الاجتماعية بمستوياتها المتعددة التي جرى إيضاحها في مواقع مختلفة من هذا الكتاب، بمعنى أن مهمات العلاقات العامة ووظائفها يجب أن تأتي في سياق المشاركة في التنمية البشرية والاقتصادية أو في سياق التنمية الشاملة، وبدأ مثل هذا المفهوم في التبلور نتيجة التطورات العالمية في

---

(1) عبد الرحمن، عبد الرحمن، مصدر سابق، 1975، ص 44.

(2) الدليمي، عبد الرزاق، مصدر سابق، 2011، ص41.

الاقتصاد والسياسة وتكنولوجيا الاتصال وغيرها، وصارت العلاقات العامة مفهومًا تقليديًا أو كلاسيكيًا إذا لم تقم بمواكبة التطورات تجاه المجتمع، وإذا لم تقم باعتماد البحوث العلمية والتخطيط وتقارير الشفافية والإفصاح في أعمالها، لذلك فقد تطورت التسمية التي تطلق على النشاط، وأصبحت عدة إدارات تحمل أسماء مثل: قسم المسؤولية الاجتماعية، أو إدارة خدمة العملاء، أو إدارة خدمة المجتمع، أو إدارة التواصل والاتصالات مع المجتمع وإدارة التخطيط والمتابعة، وإدارة الإعلام والاتصال، والتوجيه المعنوي والإعلامي، والعلاقات العامة والدولية، وغير ذلك من المسميات، كذلك فقد جرى في بعض الإدارات تحويل جزء من المهام التقليدية للعلاقات العامة إلى جهات أخرى مثل مهمات استقبال الضيوف والمراجعين التي أنيطت بقسم الاستقبال أو الاستعلامات، كذلك فإن مهمة التخطيط غالبًا ما تناط بالإدارات العليا للمؤسسة أو المنشأة، أما مهمة البحوث الأكثر أهمية فقد حُولت في الكثير من المؤسسات إلى وحدات البحث العلمي أو أحيانًا ما تناط بباحثين من خارج المؤسسة أو المنشأة.

ثانيًا . أهداف العلاقات العامة ووظائفها

Objectives and Functions of Public Relations

هناك من يفرق بين أهداف العلاقات العامة وبين وظائفها المختلفة، ورغم أن المستويين متداخلين إلى حد كبير فإنه يمكن التأكيد أن الأهداف التقليدية للعلاقات العامة تتركز في:

1. تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أمام جمهورها من خلال إدارة الاتصال.[1]

(1) Heath ,Robert, Handbook of Public Relations, London: Sage Publications , Inc. 2001, p 359.

2. الحفـاظ علـى صـلات التواصـل بـين الأطـراف المعنيـة بالمؤسـسة، (الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي، والمساهمين، والإدارة).
3. زيادة كفاءة أداء المؤسسة وتعظيم القيم المضافة التي تعمل من أجلها سواء كانت خدمية غير ربحية أو ربحية.

ويجب ان يأخذ بالاعتبار أن العلاقات العامة الحديثة ستتحول نحو الإسهام في برامج وأنشطة المسؤولية الاجتماعية للجمهوريين الداخلي والخارجي أو لمجموع المنتفعين عمومًا Stakeholders، وذلك بهدف تحسين فرص التمكين والاختيار والكفاءة للمنتفعين أنفسهم، أو بهدف الإسهام في حماية مقدرات البيئة على اختلافها.

أما بخصوص الوظائف فهناك من يجعلها أربع وظائف أو خمس أو أكثر، ويذهب العديد من الكتاب إلى أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة، وهى:

1. **البحث العلمي Scientific Research**: تُعد وظيفة البحث العلمي من الوظائف الأساسية لأي مؤسسة نظرًا لأهمية المعلومات للعلاقات العامة وللمؤسسة عمومًا في وضع السياسات والخطط والبرامج، ويمكن التمييز بين السياسات الناجحة والأخرى الفاشلة أو غير الفاعلة من خلال الحكم على مدى اهتمام المؤسسة بالبحث العلمي، وغنيّ عن البيان أنه ما كان للمؤسسات الغربية الحكومية منها والخاصة، تحقيق هذا التقدم الكبير لولا الاهتمام بالبحث العلمي من خلال رصد ما يكفي من المتطلبات المالية والبشرية لهذا الغرض.

وتبرز أهمية البحوث الإعلامية باعتبارها الركيزة الأولى والمنطقية لوضع الخطط الإعلامية، وتشير بعض المراجع إلى أن هذه الوظيفة أو هذه المَهمة تهدف إلى ايجاد الحقائق Finding Facts[1]، بحيث تسهم

(1) زويلف، حسن مهدي، العلاقات العامة، نظريات وأساليب، ط2، عمان، دار صفاء، 2003، ص 5.

أبحاث العلاقات العامة في توفير بيانات ومعلومات عن: الخصائص الديموغرافية للناس، والاتجاهات نحو خدمات المؤسسة وسلعها، والرأي العام، وسياسات المؤسسات الأخرى المشابهة، وسياسات التخصص في قطاع أو مجال محدد للمسؤولية الاجتماعية، وسياسات التكامل مع جهود الحكومة أو المؤسسات الأخرى المشابهة. ويأتي التوثيق والتصنيف أيضًا من ضمن الجهود البحثية للعلاقات العامة، إذ لا بد من متابعة كافة البيانات والمعلومات ذات الصلة بأعمال المؤسسة وبمحيطها الاجتماعي والبيئي.

2. **التخطيط** Planing: يعرف التخطيط بأنه: التوظيف الأمثل للإمكانات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة، في إطار السياسة الإعلامية أو الاتصالية، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانات [1]، ويقوم التخطيط على مجموعة مرتكزات أهمها:
   1. وجود البيانات والمعلومات الكافية، وهذه هي مهمة البحث والعلاقات العامة عمومًا.
   2. تحديد الأهداف وهي مهمة الإدارات العليا.
   3. تحديد الإمكانيات المتاحة.
   4. تحديد الصعوبات والتحديات المنظورة والمتوقعة.

ومن المتوقع أن يتاح لجهاز العلاقات العامة الإسهام في وضع السياسات والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخططها، وذلك في ضوء البحوث والدراسات التي يقوم بها الجهاز، وذلك بتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة، وتصميم البرامج الإعلامية، من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على الخبراء، وتحديد الميزانية تحديدًا

(1) لبيب، سعد، محاضرات في التخطيط الإعلامي، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1984.

دقيقًا، مما يعاون في إدخال تعديلات على السياسة العامة للمؤسسة، بالإضافة إلى ذلك، فهي تقوم بشرح سياسات المنشأة للجمهور، أو أي تعديل أو تغيير بغية قبوله إياها، والتعاون معها.

وفي مجالات المسؤولية الاجتماعية وبرامجها، فإن على العلاقات العامة، وضع بيانات ومعلومات علمية عن البيئة المحيطة أو عن الجمهور الداخلي؛ كي يتسنى لأصحاب القرار اتخاذ قراراتهم على أسس علمية مدروسة، وهذه المهمة تلقي على عاتق العلاقات العامة تحديات كبيرة، أهمها وأولها استيعاب أسس ومبادئ البحث العلمي والتمكن من أساليبه وأدواته، ثم قدرة أولئك الباحثين على فهم واستيعاب قضايا المجتمع والبيئة المحيطة، سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية، إضافة إلى مسح اتجاهات الرأي العام حول المؤسسة وسياساتها وبرامجها.

3. **الاتصال Communication:** ظل مفهوم الاتصال التقليدي للعلاقات العامة يتركز على التعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة، بهدف الحفاظ على صورة حسنة للمؤسسة أمام جماهيرها.

وتطور مفهوم الاتصال نفسه بحيث أصبح يعني الاتصال بالجماهير المستهدفة التي يتم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفهية أو مكتوبة أو صورة وحتى إشارة معبرة، والاتصالات ليست ذات اتجاه واحد، بل تسير في اتجاهين.[1] وتعمل العلاقات العامة من خلال الاتصال على تنمية العلاقات مع المؤسسات والجماعات الأخرى الموجودة في المجتمع، وذلك عن طريق النشاطات ذات الفائدة المشتركة، وإذا ما تم صياغة هذه المهمة للعلاقات العامة، فإنه يمكن القول أن العلاقات العامة تعمل على تنمية العلاقات مع كافة فئات المنتفعين Stakeholders، وذلك بهدف تفهم الأوضاع التي يعيشونها وتوصيلهم صورة المؤسسة.

---

(1) زويلف، حسن مهدي، مرجع سابق ، 2010، ص66.

وتساعد العلاقات العامة الجمهور على تكوين رأيه، وذلك بتزويده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنيًا على أساس من الحقائق الصحيحة، وهذه المسؤولية من المسؤوليات الإعلامية المتمثلة بحق الجمهور في المعرفة الصحيحة مما قد يؤدي إلى إحداث تغيير مقصود في اتجاهات الرأي العام وتحويله إلى صالح المؤسسة، وهى تمد المنشأة كذلك بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.

ويقسم الاتصال من حيث مجاله إلى نوعين: الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي، أما الاتصال الداخلي فهو ذلك الاتصال المعني بالاتصال داخل نطاق المؤسسة الواحدة؛ سواء بين الإدارات العليا وما دونها من إدارات وأقسام وعاملين وهو ما يسمى الاتصال العامودي، أو بين العاملين أنفسهم وهو الاتصال الأفقي، اما الاتصال الخارجي في المؤسسة فإنه يقسم إلى ثلاثه انواع هي:[1]

أ. الاتصال المؤسساتي: وهو كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها أو عن نشاطاتها، أو تأكيد حضورها أو التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث يسمى نشاطها الخارجي.

ب. الاتصال التجاري: وهذا النوع من الاتصال الخارجي هو مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي المرتبطة بتسويق السلع والخدمات وحث مختلف الزبائن على اقتناء منتجاتها من خلال الإشهار والترويج، ويهدف الاتصال الخارجي إلى: ترويج منتجات المؤسسة، وجلب الزبائن إلى المؤسسة، وفتح أسواق جديدة، والمنافسة.

ج. الاتصال الاجتماعي: يرى ميشال لوني أن الاتصال الاجتماعي هو أحد الأساليب التي يستعملها الإنسان في حل مشكلاته، فهو ركيزة

(1) شاكر، عطا الله أحمد، إدارة المؤسسات الإعلامية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011 ص79.

لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوك المعاكس. ويعني الاتصال الذي توجهه المؤسسة للمواطنين، والجماعات العامة، والمحلية والوطنية، والإداريين، والذي تتمنى المؤسسة خلق علاقات جيدة معهم.

4. **التنسيق Coordination**: تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، وتبرز أهمية وظيفة التنسيق في المنظمات والمنشآت الكبيرة التي تعمل في فروع متعددة على المستوى الوطني أو الإقليمي والدولي، ومن ذلك مثلاً التنسيق بين إدارة التسويق وإدارة التصنيع أو التصدير، وإدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وحملة أسهمها وغير ذلك من الإدارات والمجالات. والهدف من ذلك هو التطبيق الفعال لإستراتيجيات الاتصال التي وضعت في مرحلة التخطيط.[1]

ويشمل التنسيق التحضير والتنظيم لعقد اللقاءات والندوات والمحاضرات وعقد الدورات التدريبية لأعضاء المؤسسة أو لفئات من الجمهور الخارجي والمؤسسات الأخرى.

5. **التقييم Evaluation**: التقييم هو عملية تقدير قيمة الشيء أو العمل، و في معاجم اللغة: (قيَّم السِّلعةَ: حدَّد ثمنها، وقيَّمَ الشيء تقْييمًا: قَدّر قيمَتَهُ، وقيَّم وضعًا: استعرض نتائجَه وما حقّقه من تقدُّم، وقرّر قيمة تلك النتائج)، فهو إما ممتاز أو جيد أو متوسط أو دون المتوسط، وهذه تقييمات أو تقديرات لها الكثير من المرادفات التي يمكن أن تكون مرادفات رقمية، أو نسبية، مثل القول أن العمل جيد بنسبة (85٪).

يقصد بالتقييم في العلاقات العامة والمؤسسات تقدير مدى تحقق الأهداف التي سعت لتحقيقها المؤسسة أو أحدى إداراتها أو أقسامها. ويعني

---

(1) الجمال، راسم، وعياد، خيرت، إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005.

ذلك أن لدى المقيمين مقياساً لتحديد درجة الإنجاز في الأهداف أو التقدم في الأعمال، وهذا لا بد أن يعيدنا إلى التأكيد على أهمية البحث العلمي الذي من شأنه وضع المعايير والمقاييس والمناهج والإجراءات الصحيحة لهذه العملية، أي لعملية التقييم، لا أن يظل التقييم عرضة لوجهات النظر والأمزجة والأهواء المختلفة.

ويمثل التقويم المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة، كما أن هناك علاقة عضوية بين هذه المرحلة وكافة المراحل الأخرى، إذ سيدلنا التقييم على جدوى المعلومات التي أفرزتها عملية البحث عن الحقائق.[1]

وهناك ثلاثة مراحل من عمليات التقييم، هي: التقييم السابق على التنفيذ، والتقييم المتزامن مع التنفيذ، والتقييم اللاحق للتنفيذ.[2]

أما التقويم، فهو العملية اللاحقة لعملية التقييم، وفي معاجم اللغة: (قوَّم المُعْوجَّ: سوَّاه وعَدَّلهُ، وأزال عِوَجَه،قوَّم الطريقَ المنحني، قوَّم الأخطاءَ: صَحَّحها)، وبهذا المعنى فإن التقويم يعني تصحيح الأخطاء أو معالجة المشكلات وتصويب الاتجاه أو تصويب الأداء للمؤسسة أو لسياساتها.

ويرتكز التقييم على قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، وبرامج وأنشطة المؤسسة عمومًا، أي تقييم مدى النجاح أو التقدم أو الإنجاز مقابل الفشل والإخفاق والتراجع في تحقيق أهداف برامج وأنشطة العلاقات العامة والمؤسسة عمومًا، أما عملية التقويم، فهي عملية مبنية على نتائج عملية التقييم، والقيام بالإجراءات الصحيحة لمعالجة الأخطاء وتقويم الاعوجاج فيها لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها، وذلك من خلال تحديد مواطن الضعف أو أسباب الفشل والإخفاق ثم اقتراح الخطط

(1) زويلف، حسن مهدي، مرجع سابق ، 2010.

(2) الدليمي، عبد الرزاق، مرجع سابق، 2005، ص44

والحلول المدروسة لتخطي تلك الأسباب أو علاجها، وبذلك فإن عملية التقويم هي سياسات مدروسة يتبعها إجراءات تنفيذية.

ثالثًا - تحديات المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة

The Challenges of Social Responsibility in Ppublic Relations

إن البحث في دور العلاقات العامة في المؤسسات يبين العديد من العقبات والتحديات التي تواجه العلاقات العامة نتيجة مجموعة من العوامل الفارقة بين المؤسسات المختلفة، وأهم تلك العوامل الفارقة بين مؤسسة وأخرى تتلخص فيما يلي:

1. ملكية أو طبيعة المؤسسة، فيما إذا كانت حكومية أو خاصة، فالمؤسسات الحكومية تُدرج عمل العلاقات العامة ضمن قواعد وقوانين أكثر صرامة منها في المؤسسات الخاصة، وغالبًا ما تحد تلك القوانين والتعليمات من عمليات الإبداع لممارسي العلاقات العامة فتحصرهم في مهمات روتينية وتشريفية، أما المسؤوليات الاجتماعية للمؤسسة فهي غالبًا ما تناط بمؤسسات حكومية أو دوائر تتبع وزارات معينة أخرى كوزارة التنمية الاجتماعية أو وزارة البيئة أو وزارة الاقتصاد وغيرها من الوزارات ذات الصلة بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية، ومن المعروف أنه في الوطن العربي ما تزال المفاهيم الأسرية والأبوية تلقي بفلسفتها على وظائف العلاقات العامة امتداداً لتأثيرها على الإدارة نفسها.
2. حجم المؤسسة، فحجم المؤسسة يؤثر على عدد ممارسي العلاقات العامة فيها ويؤثر على طبيعة وظائفهم والمدى المتاح أمامهم والميزانيات المالية المتوفرة لهم. وليس ثمة قانون يجعل من الحجم الكبير حافزاً للجودة أو على العكس، غير أن القاعدة المبدئية فيما يتعلق

بالعلاقات العامة تتمثل في أن وظيفة العلاقات العامة تزداد ضرورتها كلما ازداد حجم المؤسسة، حيث يزداد الاتصال الداخلي والخارجي.

3. فلسفة المؤسسة، وتتمثل في وجهة نظر القائمين على إداراتها، اتجاه برامج المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة أو المنشأة أو خارجها[1]، وقد يعد هذا العامل من أكبر التحديات والصعوبات التي تواجه أعمال المسؤولية الاجتماعية، ذلك أن مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لم تتبلور بما فيه الكفاية كنشاط منهجي مؤسسي تختص به العلاقات العامة أو أي وحدة فيها، بل ما تزال فلسفة المسؤولية الاجتماعية قائمة على مفاهيم "الصدقة العابرة أو الموسمية"، أو على مفهوم "الرعاية المصحوبة بالدعاية والترويج"، كذلك فهي غالبا ما تكون مرتبطة بالمسؤول الأول في المؤسسة أو بمالكها.

4. المستوى الإداري للعلاقات العامة في المؤسسة أو المنشأة، وهذه غالباً ما ترتبط بطبيعة فلسفة الإدارة ومدى اقتناعها بأهمية البرنامج أو السياسة المقصودة، فبعض المؤسسات تنشئ إدارات عليا تتمكن من وضع سياسات وتنفيذ برامج، فيما تختار الأخرى أن تخضع العلاقات العامة للإدارة العامة للمؤسسة أو المنشأة، بينما تكتفي بعض المؤسسات بتوظيف ممارسي العلاقات العامة في المستوى التنفيذي فقط للقيام بمهمات أو وظائف ميدانية روتينية كالاستقبال والتوديع وإصدار النشرات الإرشادية والترويجية وغير ذلك من الأعمال البسيطة والآنية. فيما توجهت مؤسسات أخرى لاستحداث أقسام أو وحدات تختص بمهام المسؤولية الاجتماعية من ضمن مهام العلاقات العامة أو الاتصال الخارجي أو غيره من المسميات الإدارية.

---

(1) عليان، ربحي مصطفى والطوباسي، عدنان، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2005 ص 311.

5. الثقافة التنظيمية، تتشكل ثقافة المنظمة مهما كانت طبيعة نشاطها ومهما كان حجمها من تراكمات تشمل قرارات وسياسات المنظمة، وممارستها الإدارية، بالإضافة للعلاقات الإنسانية والتنظيمية، لتصبح خصائص وصفات العاملين في المنظمة بمثابة المرآة الحقيقية لثقافتها[1]، وتتكون ثقافة المنظمة من مجموعة من القيم والاتجاهات والمشاعر والمعتقدات التي يتقاسمها العاملون ويؤمنون بها،ومن ثم فهي تعمل على تأطير السلوك والأداء في المنظمة.[2] ومن خلال الثقافة التنظيمية يمكن للمنظمة أن تميز نفسها عن غيرها من المنظمات، مما يسهل تعامل الآخرين مع المنظمة وأعضائها نظراً لوضوح التوقعات والأدوار أثناء عملية التعامل.

رابعًا - وظائف العلاقات العامة في مجال المسؤولية الاجتماعية

Functions of Public Relations in the Field of Social Responsibility

نظرا للاعتبارات السالفة، فإن وظيفة العلاقات العامة تواجه تحديات كبيرة للقيام بأدوارها في مستوى برامج المسؤولية الاجتماعية، غير أن العلاقات العامة من خلال وظائفها التقليدية المشار إليها آنفا، تستطيع القيام بدور فعال في تحمل الجزء الأكبر من سياسات المسؤولية الاجتماعية وبرامجها على المستويات التالية التي تتكامل وتتداخل مع وظائفها التقليدية:

1. **البحث**: رأينا كيف تعتبر وظيفة إجراء البحوث من أهم وظائف العلاقات العامة عمومًا، وهي من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة، وتكتسب هذه الوظيفة أهمية إضافية في مجال المسؤولية الاجتماعية

(1) المعاني، أحمد وآخرون، مرجع سابق، 2011.

(2) درة، عبد الباري والصباغ، زهير، إدارة الموارد البشرية في القرن الحادي والعشرين، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008، ص441.

للشركة أو المنشأة، خاصة إذا ما أريد لسياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بالجمهور الخارجي، باعتباره بيئة متغيرة تتداخل فيها المؤثرات، الانتقال من السياسات العشوائية القائمة على ردات الفعل الآنية إلى العمل المخطط المدروس القائم على جمع البيانات والمعلومات الصحيحة وبالتالي الوصول إلى نتائج وتوصيات صحيحة، وكذلك السياسات والبرامج القائمة على دراسة تجارب الآخرين إضافة إلى ضرورة وجود رؤية نظرية توجه الأبحاث وتضعها في إطارها الصحيح.

وبناءً عليه، يجب أن تجيب البحوث عن مجموعة من الأسئلة الأساسية، مثل: ما الفئات المستهدفة لأعمال المسؤولية الاجتماعية؟ وما الحاجات الحقيقية لتلك الفئات؟ وما الحاجات التي تستطيع برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة أو الشركة تقديمها لتلك الفئات؟ وما المدى الزمني الذي يمكن أن تستمر فيه برامج المؤسسة في المسؤولية الاجتماعية؟ وغير ذلك الكثير من الأسئلة العامة والأخرى المحددة التي من خلالها يمكن الوصول إلى معلومات وحقائق مفيدة عن الأساليب الأنجع لبرامج المسؤولية الاجتماعية.

من ناحية أخرى، يمكن للعلاقات العامة أن تستعين في مجال البحوث بجهات أخرى خارج العلاقات العامة سواء خارج المؤسسة أو داخلها، كأن تتعاون مع بعض المراكز البحثية أو مع بعض الجامعات أو مع بعض الباحثين والخبراء والمختصين للقيام بأبحاث لحساب المؤسسة، أو لجمع بيانات ومعلومات، وتفيد مثل هذه السياسة في التعاون مع ذوي اختصاص وخبراء في شتى المجالات كلما لزم الأمر دون أن يكونوا عاملين مفرغين في العلاقات العامة.

2. **التخطيط**: لا يمكن أن تقوم أي مؤسسة بالتخطيط المناسب لأعمالها وسياساتها في مختلف الأنشطة بغير الاعتماد على البحوث والدراسات، وعادة ما تتولى إدارة العلاقات العامة هذه المهمة بالاعتماد على مجموعة متغيرات أو عوامل، منها أهداف المؤسسة وقدراتها المالية وحجم العاملين فيها وحجم الجمهور المستفيد وطبيعة الحاجات التنموية المطلوبة للجمهور، سواء الداخلي أو الخارجي أو للمساهمين. وتشكل نتائج البحوث وتوصياتها المُدخلات Inputs الضرورية للقيام بعملية التخطيط، وعملية التخطيط في هذه الحالة تعادل عملية المعالجة Process.
3. **الاتصال**: غالبًا ما يعني الاتصال الجهود الإعلامية والاتصالية الموجهة للجمهور الداخلي أو الخارجي أو حتى للمساهمين، وفي نطاق برامج المسؤولية الاجتماعية يصبح من مهمات الاتصال التعرف إلى مدى الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي، والتعرف إلى مدى موافقة المساهمين على سياسات وبرامج المؤسسة، والتعرف إلى تقييم الجمهور الخارجي لسياسات المؤسسة وبرامجها في نطاق المسؤولية الاجتماعية وغيرها من السياسات والأنشطة.
4. **التنسيق**: تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، والتنسيق قد يتسع ليشمل الجهات المعنية ببرامج المسؤولية خارج نطاق المؤسسة سواء كانت جهات حكومية أو أهلية أو رجال أعمال وغيره من الجهات الفنية، وأكثر ما يقع على إدارة المسؤولية الاجتماعية الانتباه لعدم التضارب أو التكرار في أنشطة الإدارات المختلفة على مستوى المؤسسة نفسها، أو على مستوى المؤسسات الأخرى المشابهة أو المنافسة.

5. **التقييم التقويم:** ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها، وفي مجال المسؤولية الاجتماعية يصبح التقييم مهمة أكثر حيوية للتعرف إلى مدى نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية والتوصية بإجراء التعديلات اللازمة كلما لزم الأمر، أو لتمكين الإدارات من اتخاذ القرارات الصائبة بناءً على التقييم السليم الذي تقوم به العلاقات العامة.

ويمكن للعلاقات العامة أيضًا الإسهام في بعض جوانب المسؤولية الاجتماعية عبر الكثير من الأنشطة مثل المشاركة في حملات التبرعات عبر وسائل الإعلام، أو المشاركة في تقديم دورات تدريبية لأعضاء المجتمعات المحلية، مثل دورات استخدام الحواسيب والإنترنت، أو التعامل مع وسائل الإعلام وتدريب "المواطن الصحفي" وغير ذلك الكثير من الأنشطة التي يمكن أن تقوم بها العلاقات العامة قبل أن تجد نفسها جسما معزولا عن المجتمع لا يعرف عنه إلا أنه يستقبل المراجعين والزوار بأدب مبالغ فيه أحيانا من وجهة نظر البعض، لكنهم لا يعرفون الكثير عن المهمات الأخرى، وهذه مسائل طالما أكدت عليها الدراسات العلمية في معظم البلدان العربية.

خامسًا - الجهات التي تتوجه لها برامج المسؤولية الاجتماعية

Those Who Directed its Social Responsibility Programs

يجري تصنيف أنشطة المسؤولية الاجتماعية وبرامجها وفق تصنيفات مختلفة، منها ما يعتمد على طبيعة تلك الأنشطة والبرامج ونوعيتها، ومنها ما يعتمد على الجهات المعنية بأنشطة المسؤولية الاجتماعية، وهي

المجموعات البشرية المستهدفة في عمليات التنمية البشرية أو التنمية الشاملة، وفيما يلي توضيح لهذه التصنيفات[1]:

التصنيف الأول: القائم على الشرائح والقطاعات أو العناصر الأساسية

م	العنصر أو الشريحة	مسؤولية الإدارة تجاهه
1	**المالكون والمساهمون**	تحقيق أكبر ربح - تعظيم قيمة السهم والمنشأة ككل- تكوين صورة محترمة للمنشأة في بيئتها- حماية أصول المنشأة - زيادة حجم المبيعات.
2	**العاملون**	أجور ورواتب مجزية- فرص تقدم وترقية – تدريب مستمر – عدالة وظيفية – ظروف عمل مناسبة – رعاية صحية- إجازات مدفوعة- تأمين السكن ووسائل النقل.
3	**العملاء**	جودة عالية في المنتجات والخدمات- أسعار مناسبة – سهولة الحصول على المنتجات – الإعلان الصادق- منتجات آمنة عند الاستعمال- إرشادات بشأن استخدام المنتج، ثم التخلص منه، أو من بقاياه بعد الاستعمال.
4	**المنافسون**	منافسة عادلة ونزيهة – معلومات صادقة وأمينة- عدم استقطاب العاملين بوسائل غير نزيهة.
5	**المجهزون (موزعون وموردون)**	الاستمرارية- أسعار عادلة – تطوير استخدام المواد المجهزة – تسديد الالتزامات المالية والنزاهة في التعامل.
6	**المجتمع**	توظيف أصحاب الاحتياجات الخاصة- توفير فرص عمل جديدة- دعم أنشطة المجتمع (للأطفال والشباب والمسنين) – رعاية الموهوبين- دعم الفنون – الإسهام في حالات الطوارئ والكوارث – احترام العادات والتقاليد السائدة.
7	**البيئة**	الحد من تلوث الهواء والماء والتربة – الاستخدام الأمثل والعادل للموارد، خصوصا غير المتجددة منها – تطوير الموارد وصيانتها – التشجير وزيادة المساحات الخضراء.
8	**الحكومة**	الالتزام بالتشريعات والقوانين والتوجيهات الحكومية – تسديد الرسوم وعدم التهرب منها – الإسهام في البحث والتطوير – الإسهام في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية.
9	**المنظمات الاجتماعية**	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك – احترام دور جمعيات المجتمع المدني – التعامل الصادق مع الإعلام.

(1) عطار، نائلة حسين، كيف تبدأ برنامجا للمسؤولية الاجتماعية، ملتقى الشراكة بين القطاع العام والخاص "مجتمعنا...مسؤوليتنا"، الرياض 1- 3 فبراير 2009.

التصنيف الثاني: القائم على الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة أو المنشأة

ويقوم هذا التصنيف بقسمة أنشطة المؤسسة أو المنشأة في اتجاهين، داخلي وخارجي وكما يلي:

1) **المسؤولية الاجتماعية للجمهور الداخلي:**

يقصد بالجمهور الداخلي مجموعة العاملين في المؤسسة أو المنشأة سواء كانوا دائمين أو مؤقتين، وقد يشمل الجمهور الداخلي في بعض المؤسسات والمنشآت الفئات التالية: المساهمون، الوسطاء والمسوقون والوكلاء الدائمون، الموردون الدائمون والمتغيرون.

وتتوجه أنشطة المسؤولية نحو مجموعات العاملين في المؤسسة بتوفير عدد من الأنشطة والخدمات لهم في المجالات: التدريبية لتحسين مهاراتهم، والاجتماعية لتحسين أحوالهم الاجتماعية والتضامن معهم في المناسبات، والصحية لهم ولأسرهم، والتعليمية لهم ولأسرهم، والإسكانية لتحقيق الاستقرار المعيشي لهم ولأسرهم، ومن الطبيعي أن تنعكس مثل هذه الأنشطة والخدمات على مستويات الرضا للعاملين وبالتالي زيادة كفاءتهم في العمل والإنتاج.

ويعد مقياس الرضا الوظيفي من أكثر المقاييس استخدامًا في دراسات العلاقات العامة في المؤسسات، ويعرف الرضا الوظيفي بأنه الاتجاه الايجابي لدى العاملين نحو عملهم، وهو عبارة عن مجموعة الصفات أو الخصائص الاجتماعية المرتبطة بالعمل والقيم والاتجاهات والخبرات والمدركات التي تشكل صورة الوظيفة ومفهومها وتحدد دافعية العاملين ومستوى أدائهم للعمل، ويمكن تلخيص معنى الرضا الوظيفي وتبسيطه بوصفه شعور العامل بالراحة والطمأنينة والانتماء تجاه عمله وتجاه المؤسسة التي يعمل بها مما ينعكس إيجابا على أدائه وإنتاجيته.

2) **المسؤولية الاجتماعية للجمهور الخارجي:**

ويقصد بالمجتمع الخارجي كل الأفراد والفئات من غير أفراد وفئات المجتمع الداخلي، أو بتعبير آخر، هم الأفراد والفئات التي تتعامل مع خدمات المؤسسة أو سلعها بالشراء أو الاستخدام أو بالإنتاج، وهذا يعني شمولها للكثير من فئات المجتمع، إضافة إلى الدولة التي تقيم فيها المؤسسة أو تمارس فيها نشاطاً، وتتمثل خدمات المسؤولية لهذا الجمهور أو بعض فئاته في الأهداف والأنشطة التالية:

1. حماية المستهلك، بتقديم أفضل ما يمكن من السلع والخدمات، والحرص على عدم خداعه عن طريق الدعاية والإعلانات، وغير ذلك من أساليب الخداع التي تستخدمها بعض الأعمال لتحقيق الربح بواسطة خداع المستهلك.
2. التشغيل، وذلك بمحاولة توسيع فرص العمل لأبناء المجتمعات المحلية كأحد أهم روافد التنمية لهم.
3. البيئة، تقسم البيئة إلى مستويين، هما: البيئة الاجتماعية، وهي المجتمع ومصالحه المختلفة، والبيئة الطبيعية ومقدراتها المتنوعة، وهناك من يجعل من البيئة الاجتماعية أحد مجالات المسؤولية الاجتماعية، في حين يجعل من البيئة الطبيعية مجالاً آخر منفصل عن البيئة الاجتماعية، والنظر إلى البيئة بهذه الطريقة أو تلك إنما يعود لمفهوم المؤسسة والعلاقات العامة فيها لموضوع المسؤولية الاجتماعية، ويعود أيضًا لطبيعة نشاط المؤسسة من حيث علاقته بالمجتمع وبالبيئة، وعلى كل الأحوال، فقد بدأ يتضح أن ثمة علاقة وطيدة بين خطط التنمية وبين الحفاظ على البيئة الطبيعية وحمايتها، وهذا ما لم تتنبه له نظريات التنمية التقليدية.

4. المجتمع ومشكلاته المختلفة: وهي مشكلات متعددة فمنها الاقتصادي كالبطالة وقلة الموارد، ومنها الاجتماعي كانتشار الجريمة أو الفساد أو التوتر الاجتماعي، ومنها الصحي كانتشار بعض الأمراض والأوبئة والعادات الصحية الخاطئة.

التصنيف الثالث: القائم على الشرائح والمجالات

يمكن تقسيم مجالات المسؤولية الاجتماعية وفق القطاعات والشرائح إلى سبعة مجالات، وكما يلي:

1. الجمهور الداخلي للمؤسسة: وهم مجموعة العاملين فيها في شتى الوظائف والمهمات، وتعد تنمية هؤلاء جزءًا مهمًا من تنمية قدرات المؤسسة وتحسين كفاءتها، وهي أيضًا تمثل إسهامًا في خدمة المجتمع وتنميته.
2. جمهور المستثمرين أو المساهمين أو الشركاء: ومن حق هؤلاء الاطمئنان إلى نجاح أعمالهم وحصولهم على الفوائد المرجوة، ويعد تحقيق أهدافهم جزءًا من الجهود التنموية العائدة على المجتمع.
3. جمهور المتعاملين مع المؤسسة: كالموردين والموزعين والسائقين ومقدمي الخدمات، وهؤلاء قد يشكلون قطاعًا واسعًا يؤثر على حياة مئات وربما آلاف الأسر.
4. الجمهور العام: ويتكون من المجتمع ككل، وهو المجتمع العام الذي يستهلك منتجات الشركة أو يوفر لها الأيدي العاملة أو المواد الخام أو حتى يوفر لها الأمان والاستقرار والاستمرار في العمل.
5. البيئة: ويقصد بها البيئة الطبيعية التي تعمل الشركة في نطاقها وتشمل البيئة الجوية والأرضية والمائية والموارد الطبيعية والنباتات والحيوانات.

6. الدولة (الحكومة): ويقصد بذلك علاقات التعاون والتأثير المتبادل بين المؤسسة والدولة أو أحد أجهزتها ودوائرها أو نشاطاتها، ومن حق الدولة على الشركات الالتزام بالقوانين والتعليمات والأعراف المتبعة، خصوصًا فيما يتعلق بالإيفاء بالضرائب والرسوم، وكذلك الوفاء بالتعهدات الأدبية، وكذلك مشاركة الدولة في بعض مسؤوليات التنمية، لأن التنمية لا يمكن أن يكتب لها النجاح إلا بتعاون القطاعين العام والخاص.
7. المجتمع الإنساني: إذ إن بعض الشركات الكبرى يجب أن تحمل قسطًا من المسؤولية الاجتماعية الإنسانية، خصوصًا تلك التي تمارس نشاطًا دوليًا عابرًا للقارات، وثمة الكثير من المنتجات في عصر العالمية أصبحت تنتج وتوزع عن طريق هذه الشركات بما يلقي عليها مسؤوليات إنسانية وبيئية عامة.

سادساً . العلاقات العامة والتطورات الجديدة

Public Relations and new Developments

شهدت العلاقات العامة اهتمامًا منقطع النظير في العقود الثلاثة الأخيرة بعد تنامي دور العلاقات العامة في صناعة تقنية المعلومات[1]، وقد أثرت التطورات الجديدة المتمثلة في العالمية بجوانبها المختلفة، اقتصاديًا، وإعلاميًا، وتكنولوجيًا أثرت في فلسفات العلاقات العامة، وفي التحديات التي تواجهها والمهمات المناطة بها، خصوصًا لناحية إيلاء المزيد من الاهتمام للعمل الاجتماعي. وشهدت فترة الثمانينيات من القرن العشرين بداية عصر جديد للعلاقات العامة، والمسؤولية الاجتماعية للمنظمات، إذ حدث تحول كبير في أساليب العلاقات العامة من الاعتماد التقليدي على

(1) مراد، كامل خورشيد، مرجع سابق، 2011.

وسائل الإعلام المختلفة لعرض وجهة نظر المنظمات؛ إلى اللجوء للأنشطة غير الربحية للمنظمات في المجالات الاجتماعية والبيئية بناءً على استراتيجية واضحة للإدارة ترسم الخطوط الرئيسية[1].

إن تشابك وتعقد الحياة المعاصرة جعل الوحدة الصناعية، أو المؤسسة، أو حتى الدولة مهما انتهجت مبدأ الحرية الاقتصادية واقتصاديات السوق لا تستطيع أن تتخلى عن أو تتجاهل المسؤولية الاجتماعية بصورها المتعددة سواء تجاه المجتمع، مجتمع المنشأة، والبيئة المحيطة بها، أو سواء بالنسبة للعاملين في المؤسسة أو الشركة، أو بالنسبة للموردين والزبائن المتعاملين معها، سواء كانت هذه المؤسسة جامعة أو مدرسة أو شركة أو وزارة من وزارات الدولة أو جهازاً من أجهزتها الإدارية، ولهذا فلا غُرو أن نجد إدارة لخدمة البيئة أو المجتمع في الكثير من المؤسسات التعليمية والخدمية والإدارية والسيادية.

كما أنه لا مناص من أن نجد العاملين يطالبون بمزيد من الرعاية من أجهزة الدولة، ولهذا ظهر ما أطلق عليه العمل التشاركي أو العمل التفاعلي Participatory and Interactive Work .

ولما كانت العلاقات العامة عملية اتصالية مع الجمهور الداخلي والخارجي، فقد وضع بعض العلماء نماذج تتيح للمسؤولين عن العلاقات العامة تحليل وظائف هذه المهنة وعملياتها من داخلها، وتحليل تلك العلاقة بين تلك النظم الداخلية وبين البيئة، وقد وضع كلا من (Larry Long، Hazelton) نموذجًا اجتماعيًا لعملية العلاقات العامة يقوم على أن العلاقات العامة هي الوظيفة الاتصالية للإدارة، والتي من خلالها تتكيف المنظمة مع بيئتها أو تعدل من سلوكها لصيانة علاقاتها مع البيئة والمحافظة عليها بغرض تحقيق أهداف المنظمة، وقد أوضحا أن المسؤولية

(1) الرحاحلة، عبد الرزاق سالم، مصدر سابق، 2011، ص 144.

الاجتماعية للعلاقات العامة تعني أنشطة العلاقات العامة المسؤولة عن تشكيل السياسات والبرامج والأنشطة وتنفيذها بغرض الاستجابة لاحتياجات المجتمع أو الجماهير، وتحقق المنفعة المتبادلة لكل منهما، بهدف كسب تأييد الجماهير لأعمال المنظمة، والمساعدة في بناء صورة ذهنية محابية على المدى الطويل[1].

وإذا كانت المفاهيم والتعريفات التقليدية للعلاقات العامة تجعل من تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أمام الجماهير مرتكزًا أساسيًا، فإن المفاهيم الجديدة لوظيفة العلاقات العامة بدأت تنحو تجاه تأكيد المسؤولية الأخلاقية التشاركية للمؤسسة، ليس من باب تحسين الصورة الذهنية، بل للإسهام الحقيقي في تنمية المجتمع نفسه، وبالتالي فإن تحسين الصورة الذهنية، سيكون من نتائج جهود المشاركة في المسؤولية الاجتماعية، تمامًا مثلها مثل تحسين مستويات التنمية في المجتمع، وتحسين نوعية الحياة.

إن التوجهات الجديدة للعلاقات العامة في مستوى علاقاتها مع المجتمع، تقوم على منظور كلي للمجتمع وتنميته ولعمل المؤسسة في نطاقه، فتلك العلاقات هي أشبه ما تكون بالعلاقات العضوية بين مكونات المجتمع عموما أو مكونات الدولة عموما. فكل من تلك المكونات، يتأثر بأداء المكونات الأخرى ويؤثر فيها، فهي تعيش في علاقات تبادلية، ذلك أن ثمة الكثير من القنوات أو الجسور التي تربط بين مؤسسات المجتمع أو الدولة، حتى لو كانت متباعدة من حيث طبيعة النشاط أو من حيث الموقع الجغرافي. ولطبيعة تلك العلاقة العضوية، فإنه يتوجب الاستعانة بمنظور أو إطار نظري يسهم في فهم تلك العلاقة بين مكونات المجتمع أو مكونات

(1) الرحاحلة، عبد الرزاق سالم، مصدر سابق، 2011، ص 147.

الدولة، ويعد منهج أو منظور النظم من أفضل المناظير لتوضيح العلاقات التبادلية بين تلك المكونات.

سابعاً . نظرية النظم والعلاقات العامة

Systems Theory and Public Relations

تسمى هذه النظرية بالعديد من التسميات منها نظرية التكيف والتوافق، وتقوم هذه النظرية على فكرة أن المنظمة تمثل نظاماً في حد ذاتها، وتتكون من مجموعة من الأنظمة الفرعية، وفي الوقت نفسه الذي تعتبر فيه المنظمة ككل نظاماً فرعياً Sub-System من نظام أكبر يمثل مكونات البيئة الخارجية التي تؤثر وتتأثر بهذه المنظمة.(1)

تعد نظرية النظم منظوراً استراتيجياً لمهنة العلاقات العامة ووسيلة معرفية مفيدة لممارسي العلاقات العامة في فهم العلاقة بين المنظمة والجماهير من جانب، وفهم دور العلاقات العامة داخل المنظمة من جانب آخر، وميزة هذه النظرية أنها لا تمثل تعارضاً أو تناقضاً للنظريات أو المناهج الأخرى في العلاقات العامة والعلوم الإنسانية المختلفة، بل إنها توفر إطاراً عاما يمكن أن تنضوي فيه المناهج النظرية والمنظورات النظرية الأخرى في سبيل تطوير مهمات العلاقات العامة والارتقاء بأبحاثها إلى مستوى أكثر فهما وفاعلية، خصوصا أنها تضع نماذج نظرية فرعية لتسهم في تفسير العلاقات والأهداف المختلفة في عمل المنظمة بما يتخلل ذلك من علاقات مع مختلف العوامل والأطراف ذات العلاقة، وتتضح تلك النماذج الفرعية في تحديد عناصر النظام وعملياته الخمس، وفي تحديد اتجاهات حركة تلك العناصر والعمليات الجارية فيها.

(1) Baskin O et al., Public Relations: The Profession an the Practice, 1997.

ويُعرفُ النظام System بأنه أي مركب من مجموعة من الأجزاء المترابطة والمتفاعلة التي يختص كل جزء منها بوظيفة معينة، مع وجود درجة من التعاون والتكامل بين تلك الأجزاء في أدائها لوظائفها."[1]

كذلك يعرف النظام بأنه مجموعة من الوحدات المتفاعلة، والمتكاملة، التي تتكيف عبر الزمن داخل حدود المنشأة من خلال الاستجابة والتكيف لضغوط التغيير من البيئة لتحقيق أهداف المنظمة والحفاظ عليها، والنظام يتكون من مجموعة من النظم الفرعية، وكل نظام فرعي يؤثر على النظم الفرعية الأخرى ويتأثر به بالتبادل[2]، ويتكون النظام من خمس عمليات أساسية وهي:

1. المُدخلات Inputs وهي جميع العمليات التي تدخل في النظام.
2. العمليات Processes وهي الأساليب والتفاعلات والعلاقات داخل النظام.
3. المُخرجات Outputs وهي سلسلة النتائج أو (المنتجات) التي حققها النظام.
4. التغذية الراجعة Feedback وهي عملية جمع المعلومات والبيانات حول المخرجات لتقييمها.
5. التحكم: Control وهو عملية استخدام معلومات التغذية الراجعة في تقييم النظام وسيره.

سمات النظام:

ويحدد المختصون السمات الرئيسة المشتركة للنظام في ست سمات كما يأتي[3]:

1. للنظام حدود تميزه عن البيئة المحيطة به، وهذه الحدود هي التي تحتوي عناصر النظام والعلاقات المتداخلة بينها.

---

(1) متولي، مصطفى محمد وآخرون ، نظام التعليم في المملكة العربية السعودية، الطبعة السادسة (الرياض : دار الخريجي للنشر والتوزيع، 1419هـ) ، ص 12.

(2) Glen M. Broom, (2008)Cutlip and Center's Effective Public Relations.10th International edition, 2008.

(3) السلمي، علي، تحليل النظم السلوكية، القاهرة: مكتبة غريب، 1970، ص 14.

2. للنظـام بيئـة تحـيط بـه وتوجـد خـارج حـدوده، وتـشمل كـل مـا يـؤثر في النظام وكل ما يتأثر به، وتتحدد العلاقة بين النظام والبيئة كالتالي:

- يستمد النظام وجوده ومبررات استمراره من حاجة البيئة إليه وإلى ما يمكن أن يقوم بإنتاجه.
- تمد البيئة النظام بالموارد والإمكانات اللازمة له كي يمارس أنشطته ويحقق أهدافه
- تستوعب البيئة كل ما يفرزه النظام من منتجات مادية أو معنوية (المصب الرئيس لمخرجات النظام).

3. تتميز العناصر التي يتكون منها النظام بعضها عن بعض بالوظائف التي يقوم بها كل عنصر على الرغم من وجود علاقات تبادلية فيما بينها.
4. بما أن عناصر النظام مترابطة ومتكاملة، فإنه لا يجوز دراسة كل عنصر بمعزل عن العناصر الأخرى.
5. ليست العلاقات المتبادلة بين عناصر النظام عشوائية وإنما تخضع لقوانين منطقية أو رياضية.
6. يتصف النظام بالمرونة، والقابلية المرجعية، والتطوير.

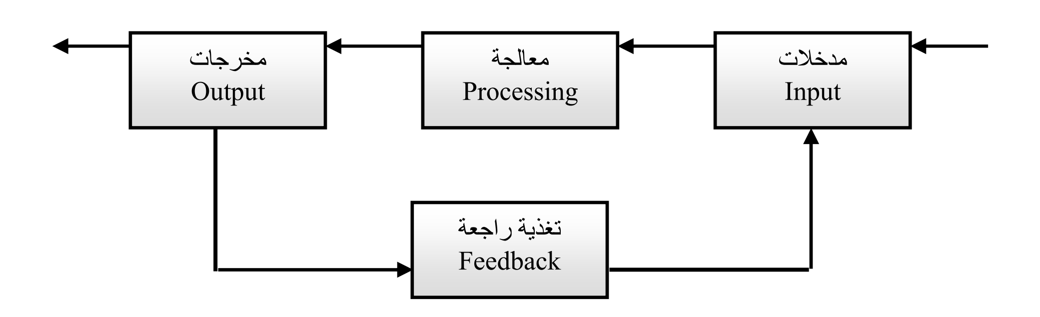
وهناك العديد من التصنيفات للنظم بناءً على معايير مختلفة، أهمها معيار انفتاح النظام على البيئة المحيطة، وهي نظم مفتوحة ونظم مغلقة، ويشير بعض الباحثين إلى نمط أو نموذج ثالث وسيط بين النموذجين، وهو النموذج "شبه المغلق" أو "شبه المفتوح"، وفيما يأتي عرضٌ لهذين النوعين من النظم، المفتوحة والمغلقة:[1]

(1) الجمال، راسم وعياد، خيرت، إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص 60.

1) **النظم المفتوحة** Open Systems

النظام المفتوح هو الذي يتصف بوجود علاقة أساسية بينه وبين البيئة المحيطة، وتركز هذه الصفة على أهميه التفاعل المستمر بين النظام المفتوح وبين الظروف والأوضاع البيئية المحيطة به، ومن ثم فهو يتأثر ويؤثر فيها في الوقت نفسه.

وسيلاحظ أن هذا النوع من النظم يتكون من العناصر الخمسة السابقة، وهي المُدخلات والعمليات والمُخرجات والتغذية الراجعة والتحكم، .وهذا ما يوضحه الشكل رقم (1) التالي:



شكل (1)

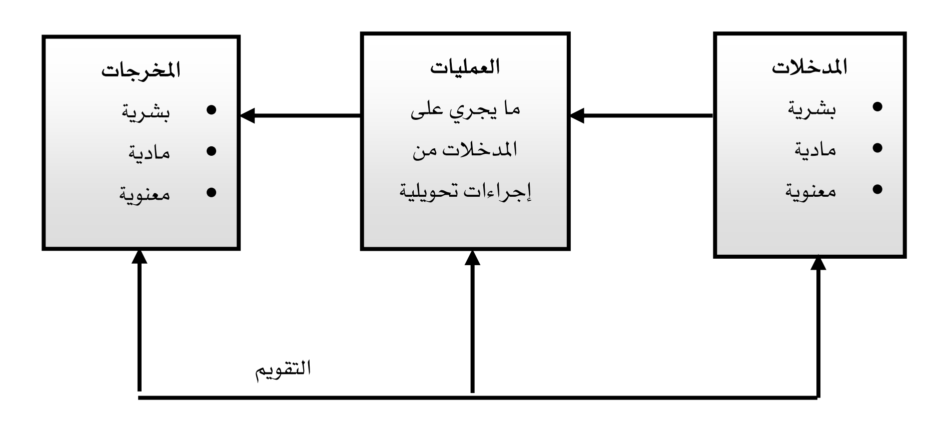
نموذج يمثل النظام المفتوح

2) **النظم المغلقة** Closed Systems

النظام المغلق هو الذي يميل إلى التقوقع على نفسه وتجنب التفاعل مع معطيات البيئة وحاجاتها وتوقعاتها وتطلعاتها، كما يميل إلى تجاهل الاعتبارات الخارجية، بمعنى أنه لا يهتم بالتفاعل والتبادل مع البيئة الخارجية، ويعتبر نفسه مكتفيًا بنفسه.

لذلك، فالنظم المغلقة تتميز بأنها محاصره ضمن حدود تحد من مرونتها وتفاعلها مع البيئة، لأن طبيعة النظام نفسه لا تسمح بذلك فتعمل هذه الحدود على عزل المؤثرات القادمة من البيئة عن ذلك النظام.

ويلاحظ أن النظام المغلق يتكون من ثلاثة عناصر فقط، وهي، المُدخلات والعمليات والمخرجات، في حين أنه لا ينفتح على البيئة المحيطة، ولا يشتمل على تغذية عكسية، والشكل رقم (2) التالي يبين ذلك.



مكونات النظام

شكل (2)

نموذج يمثل النظام المغلق

والسؤال الذي يطرح على صعيد تصنيف المنظمات والنظم إلى مفتوح ومغلق، ليس فيما إذا كانت المنظمة مفتوحة أو مغلقة على البيئة، بل يتمثل السؤال في مدى انفتاح المنظمة أو المؤسسة على البيئة المحيطة؟ وكذلك مدى نجاح إدارة المؤسسة أو المنظمة والعلاقات العامة فيها في إدارة العناصر والعوامل المؤثرة في البيئة؟ ذلك إنه لا يوجد مؤسسة أو منظمة مهما كان نوعها تمتاز بالانغلاق التام أو الانفتاح التام، بل ثمة ما يمكن اعتباره متصل (Continuum) يتكون من درجات محددة لنفترض أنها تبدأ من

الصفر وتنتهي بالدرجة عشرة، وهذا ما يشبه المقياس الرقمي (Scale) المستخدم في قياس الاتجاهات وغيرها، وعلى هذا المتصل يمكن تصنيف المؤسسات والمنظمات وفق علاقة التكيف والتوافق والانفتاح على البيئة المحيطة، وهذا يعني أننا يمكن اعتبار أن ثمة مؤسسات ومنظمات من نوع ثالث من حيث الانفتاح والانغلاق على البيئة، وهي المؤسسات والمنظمات المتوسطة أو Semi - Open Systems، ويمكن النظر إلى هذه المؤسسات ليس ككل واحد في مسألة تقييم علاقتها التوافقية التكيفية مع البيئة، بل من خلال تقييم علاقات الأنظمة الفرعية فيها؛ كنظام التسويق أو نظام العلاقات العامة أو نظام التغذية الراجعة Feedback أو غير ذلك من الأنظمة.

أما من حيث درجة التعقيد، فهناك نوعين من النظم، هما: النظم البسيطة، والنظم المعقدة، وترتبط البساطة أو التعقيد بتركيب أجزاء النظام،فالدراجة الهوائية مثال على النظم البسيطة، في حين أن السيارة مثال على النظم المعقدة.

وتصنف النظم أيضًا إلى النظم الطبيعية والنظم الصناعية، فالطبيعية هي تلك التي خلقها الله سبحانه وتعالي، كالنظام الشمسي ونظام الدورة الدموية وغيرها الكثير، والنظم الصناعية : وهي من صناعة الإنسان مثل نظام الاتصالات والهواتف والنظام التربوي والنظم السياسية ونظم العلاقات العامة، وغيرها.

إن تحلي أجهزة العلاقات العامة برؤية نظامية، أو مستندة إلى منظور أو نظرية النظم، يعني أن هذه الرؤية تتحلى بنظرة شمولية،وتكاملية،وديناميكية، إذ تستطيع أن تأخذ بالحسبان أن أي تغير أو تطور على أحد عناصر النظام، لا بد وأن يستتبعه تغيرٌ أو تطوير على العناصر الأخرى.

والفائدة المرجوة من خلال تبني هذا المنظور، هو قيام العلاقات العامة خصوصًا؛ والمؤسسة عمومًا بمراقبة البيئة الداخلية، والبيئة الخارجية للمؤسسة، بحيث لا تصبح المؤسسة نظامًا مغلقًا، إذ عليها أن تستقبل الرسائل الصادرة من المجتمع الداخلي والمجتمع الخارجي وتضعها قيد الدراسة والتحليل، وبالتالي الاستفادة منها في تحسين أداء المؤسسة، وزيادة كفاءتها، وتحسين مخرجاتها، ثم العمل على تحسين البيئة الخاصة بالجمهورين الداخلي والخارجي تحقيقاً لمسؤولية المؤسسة الاجتماعية تجاههما.



الفصل السادس
المسؤولية الاجتماعية في الوزارات الحكومية ومؤسساتها
Social Responsibility in Government Ministries and Institutions

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكِّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. توضيح فلسفة النظام السياسي والمسؤولية الاجتماعية
2. شرح فلسفة الدولة والحكومة والسلطة
3. بيان أنشطة المشاركة الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية تجاه المجتمع والبيئة
4. تحديد أنشطة المسؤولية الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية
5. شرح نماذج من المسؤولية الاجتماعية لوزارات الحكومة ومؤسساتها

الفصل السادس

المسؤولية الاجتماعية في الوزارات الحكومية ومؤسساتها

Social Responsibility in Government Ministries and Institutions

المقدمة Introduction

يعد النظام السياسي واحداً من الأنساق الاجتماعية من وجهة نظر التحليل الوظيفي للعلوم الاجتماعية، وهو شأنه شأن الأنساق الأخرى يتفاعل مع البيئة الاجتماعية ويدخل معها في علاقات متبادلة تشير إلى تكامل واتحاد جميع الأنظمة أو الأنساق الفرعية للمجتمع[1].

تندرج الوظيفة الأساسية للحكومات في صلب المسؤولية الاجتماعية، وتلك الوظيفة المتمثلة في الحفاظ على المجتمع أنظمة وركائز، وأفراداً وجماعات، برعاية مصالحهم وحاجاتهم وحمايتها من الأخطار التي قد تهددها بفعل فاعل أو بفعل الطبيعة، فإن قصرت الحكومة في أي من جوانب تلك الوظيفة، فإنها بذلك تكون خاضعة لمساءلة المجتمع عن طريق نوابه؛ سواء المنتخبون أو عن طريق القضاء (النيابة العامة)، ذلك إن تقصير الحكومة في بعض جوانب الخدمات والمصالح والحاجات للمواطنين يعني إعادة النظر في علاقة العقد الاجتماعي الضمني بينها وبين الناس.

يتناول هذا الفصل توضيح فلسفة النظام السياسي والمسؤولية الاجتماعية، وشرح فلسفة الدولة والحكومة والسلطة، وبيان أنشطة المشاركة الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية تجاه المجتمع والبيئة،

---

(1) الحسن، إحسان، والأحمد، عدنان، المدخل إلى علم الاجتماع، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008، ص171.

وتحديد أنشطة المسؤولية الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية، وشرح نماذج من المسؤولية الاجتماعية لوزارات الحكومة ومؤسساتها.

أولاً ـ فلسفة النظام السياسي والمسؤولية الاجتماعية

Philosophy of the Political System and Social Responsibility

تميز العلوم السياسية بين مصطلحات الدولة والحكومة والمجتمع المدني أو الشعب، لكنها جميعا يمكن أن تشكل معا ما يسمى بالنظام السياسي، وهو أحد الأنظمة الاجتماعية، التي أنشئها المجتمع المستقر، ليتولى إدارة شؤون هذا المجتمع وحماية مصالحه وتحقيق أهدافه مقابل التنازل عن جزء من حريات الأفراد، كما أشارت مفاهيم العقد الاجتماعي التي ظهرت في بواكير النهضة الأوروبية، ويشير الكثير من الباحثين المختصين في هذا الحقل إلى أن تجربة العقد الاجتماعي في الإسلام، كانت هي الأسبق على تلك الموجودة في المجتمعات الأوروبية بحوالي ألف سنة، وذلك ما تجسد في ميثاق المدينة الذي وضعه الرسول محمد صلى الله عليه وسلم لأهل يثرب بعد هجرته إليها، ومن خلاله أكد على مفهوم المواطنة، ومفاهيم الحريات العقدية والتعددية الدينية والسياسية والاجتماعية[1]، وسلطة الدولة تمتد على ميدان تحده أربعة جوانب: الجانب الأمني، والجانب التنظيمي، والجانب التدبيري، والجانب الإنمائي[2].

والعمل الحكومي كثيرًا ما يبدو في أعين الناس عملاً بيروقراطيًا مُقيِّدًا ومُقَيدًا في الوقت نفسه، فالموظفون مُقيدون بالقوانين والإجراءات

(1) الصبيحي، أحمد شكر، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000، ص 49.

(2) نصار، ناصيف، "سلطة الدولة بين المبدأ والواقع، في: دولة السلطة وسلطة الدولة، عمان، منتدى الفكر العربي، 2007، ص 7- 10.

البيروقراطية مما يحد من فاعليتهم في الاستجابة لمتطلبات المشاركة والمسؤولية الاجتماعية، والعمل الحكومي يبدو أيضا مُقَيدا لمبادرات الآخرين ورغباتهم بالمشاركة في نطاق المسؤولية الاجتماعية، إذ تتطلب الكثير من المبادرات الخاصة موافقات حكومية عادة ما تأخذ وقتًا طويلاً قياسًا للحاجة الماسة إلى السرعة والاستجابات الفورية أحيانا.

إن الحكومات الأكثر فاعلية هي تلك الحكومات التي تحترم القوانين، ولكنها تجعل لنشاطها ونشاط الآخرين هامشًا مرنًا يتيح المجال للمبادرات، وللمشاركة في نطاق المسؤولية الاجتماعية، وهذا يعني أن الحكومات ومنظماتها تتبنى رسالة تقوم على جوهر رعاية المجتمع ومصالحه، وهي تستند في ذلك ليس إلى فلسفة الوظيفة الروتينية، بل تستند إلى رسالة ذات عمق إنساني مسؤول، وعلى ذلك فإن تحويل المنظمات الحكومية إلى منظمات صاحبة رسالة يتطلب إعادة هيكلة تلك المنظمات، والعمل على استمرارية الإصلاح فيها وفي القوانين والتشريعات الناظمة للعمل الحكومي.

إن توسع آليات المشاركة السياسية يعني العمل على إدماج أكبر قدر ممكن من المواطنين في مواجهة أسئلة الإصلاح، وأسئلة تطوير آلياته في تدبير السلطة بالصورة التي تسهم في تحقيق أفضل صور التدبير وأكثرها عدلاً، أما عملية المأسسة، فإنها تسهم في الحد من آفات الشخصنة التي تحول الفرد إلى دولة؛ بمعنى الحد من تحول الرئيس والملك والأمير إلى فاعل أوحد، فاعل لا راد لأمره[1].

---

(1) عبد اللطيف، كمال، سلطة المشاركة ودولة المشاركة، في: دولة السلطة وسلطة الدولة، منتدى الفكر العربي، عمان، 2005، ص 59.

ثانيًا . فلسفة الدولة والحكومة والسلطة

Philosophy of State, Government and power

يشير الأمير الحسن بن طلال إلى مفهوم الدولة في اللغة العربية باعتباره يعني: الغلبة، والغلبة يرتب عليها سلطان الغالب على المغلوب، بينما نجد معنى الدولة في اللغات الأجنبية: الثبات والمؤسسات، وتنقسم الدولة إلى مسارين: الأول حكومي والثاني غير الحكومي، وإن تحقيق التوازن بين هذين الدورين أمر ضروري إذا ما أردنا المحافظة على التنمية والأمن والاستقرار في الدولة ومن ثم في الإقليم والعالم، ولا تستقيم علاقة الفرد بالدولة إلا إذا كانت علاقة تبادلية، تسير في اتجاهين، تستند إلى القيم الإنسانية الأساسية، ولعل المفتاح الأساس بالنسبة للفرد هو تفعيل المواطنة والأغلبية الصامتة كي تنهض بدورها الإيجابي[1].

إن مفاهيم الدولة والحكومة والسلطة والقوة والنظام السياسي هي مفاهيم تناولتها مختلف العلوم الإنسانية، بدءً من الفلسفة مرورًا بعلوم السياسة والعلوم الاجتماعية والإعلامية مؤخرا.

ومثل هذه المفاهيم، لا بد أن تفرض نفسها أمام الدارسين حينما يتناولون الكثير من الموضوعات التي تبدو بعيدة عن السياسة بمفهومها التقليدي، أي مفهوم ممارسة السياسة بالتنظير أو العمل، ولا بد أن من أهم أسباب هذا الفرض، هو ما للسياسة من علائق في مختلف مناحي الحياة، خصوصًا إذا ما اتصلت بأي شكل من أشكال العمل العام، ومنه العمل الاجتماعي الطوعي للأفراد والجماعات والمؤسسات، أو ما أصبح يصطلح عليه في الدراسات الحديثة: المشاركة، والتشاركية، والمسؤولية الاجتماعية، ذلك أن هذه التعبيرات تحيل إلى مسؤوليات

---

(1) الأمير الحسن بن طلال، الكلمة الافتتاحية ـ الدولة، والإقليم، والعالم، في: دولة السلطة وسلطة الدولة، منتدى الفكر العربي، عمان، 2005، ص ت.

الحكومة، ومسؤوليات المجتمع المدني، ومسؤوليات القطاع الخاص، وسينشأ الجدل والاجتهاد في حدود مسؤوليات كل واحد من تلك التعبيرات الاجتماعية، وكذلك نقاط اللقاء، أو جسور الاتصال، التي تدفع بالنشاط العملي، إلى مستوى التكامل في الأداء، هذا التكامل، الذي تتفق فيه مختلف الفلسفات والنظريات كشرط ضروري لتحقيق التقدم ودفع عجلات التنمية في جميع مستوياتها.

ثالثًا. أنشطة المسؤولية الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية

Social Responsibility Activities of the Ministries and Government Departments

تتنوع أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية وفق الفئات المستهدفة، ويمكن تقسيم تلك المسؤوليات في ثلاثة مجالات كما يأتي:

(1) **برامج وأنشطة تجاه الجمهور الداخلي (الموظفين):**

تهدف هذه البرامج والأنشطة لمساعدة الموظفين في تنمية قدراتهم وقدرات أسرهم المعيشية أو التعليمية أو التدريبية أو تحقيق بعض الحاجات الترفيهية لهم ولأسرهم، وعلى الرغم، أن مثل هذه الأنشطة يمكن أن تقوم بها اللجان النقابية المشكلة من قبل الموظفين أنفسهم، إلا أن التنسيق مع إدارة المؤسسة أو الوزارة، يعطي فعالية أفضل لهذه الأنشطة، ويعود بالفائدة الأكبر على عمل المؤسسة، كذلك فإن من شأن ذلك التنسيق أن يمنع التعارض أو التناقض أو التوازي في المسؤوليات الرسمية والأخرى الطوعية، ويمكن للعلاقات العامة في المؤسسة اقتراح الكثير من برامج وأنشطة المسؤولية الاجتماعية منها ما يلي:

1. إنشاء صندوق تعاوني لأنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية، يقوم على مساهمات الأعضاء من خلال الاشتراكات الشهرية ومن خلال التبرعات، وتحدد أهداف الصندوق بالتراضي والتفاهم.

2. إنشاء جمعيات تجارية تعاونية محدودة، بحيث تقوم على توفير الاحتياجات الضرورية للموظفين وأسرهم بأسعار ميسرة وباستخدام طريقة الأقساط بلا فوائد.
3. تنظيم رحلات ترفيهية للموظفين وأسرهم بهدف التعرف على الطبيعة أو غيرها من المعالم السياحية الداخلية أو في الدول الأخرى.
4. إقامة ندوات تثقيفية ودورات تدريبية تطوعية بمبادرة من الموظفين أنفسهم بهدف تبادل الخبرات بين الموظفين، وكذلك يمكن دعوة محاضرين ومدربين من خارج الوزارة أو الدائرة لهذا الغرض.
5. تنشيط التكافل الاجتماعي بين الموظفين وأسرهم من خلال إنشاء لجنة اجتماعية للموظفين تقوم برصد ومتابعة المناسبات الاجتماعية للموظفين وأسرهم من أجل المشاركة فيها، كمناسبات الزواج والموت والتعليم الجامعي وغير ذلك من المناسبات التي تحتاج إلى التكافل الاجتماعي.
6. الحرص على عدم الانكفاء على الهموم والقضايا الداخلية للموظفين، وذلك من خلال تخصيص جزء مناسب من الصندوق المالي ومن الجهد الاجتماعي لتوجيهه للخارج، على الرغم أن المشاركة الخارجية هي مجال آخر من مجالات المسؤولية الاجتماعية.

(2) برامج وأنشطة تجاه الجمهور الخارجي (المجتمع):

وتهدف هذه الأنشطة إلى الحفاظ على الروابط الحسنة مع المجتمع والإسهام في تنميته ومعايشة قضاياه بما يحقق المزيد من التكافل بين فئات المجتمع وبما يردم الفجوة بين العمل الحكومي الرسمي وبين فئات الشعب، وتتمثل مسؤوليات الحكومة تجاه المجتمع والجمهور في المبادئ والسياسات الآتية:

1) المسؤوليات القانونية تجاه المجتمع وفئاته المختلفة: وهذه عادة ما تنص عليها الدساتير والقوانين والتشريعات وبما يكفل للمواطنين حياة حرة، وكريمة، وعادلة، وبما يضمن لهم أيضًا الأمان في حاجاتهم الأساسية، ويضمن لهم العيش في بيئة نقية آمنة، وإذا كان هذا النوع من المسؤوليات هو من النوع الإلزامي للحكومات، باعتبارها صاحبة الولاية وصاحبة المسؤولية، فهذا يعني أنه لا يجوز للحكومات ومنظماتها وأجهزتها التهرب من تلك المسؤوليات أو التقصير فيها.

لكن المشكلة أن أغلب الحكومات في العالم، إن لم يكن جميعها ،لا تستطع القيام بكافة المسؤوليات تجاه مواطنيها ما لم تتقلى تعاونًا ومساعدات من القطاع الخاص ومن منظمات المجتمع المدني، بل ومن حكومات أجنبية ومنظمات دولية أيضًا، وتعترف الحكومات جميعها بتلك الحقيقة، لذلك فهي تفسح المجال أمام مبادرات رجال الأعمال ومنظمات المجتمع المدني لتقوم بالتخفيف عن كاهل الحكومة يتبني بعض الأعباء.

2) المسؤوليات الخدمية الطوعية للمجتمع: إلى جانب كونها صاحبة الولاية والمسؤولية تجاه المجتمع وأمنه واستقراره ورفاهه، فإن وزارات الحكومة ودوائرها ومؤسساتها المختلفة تتحمل أعباءً أخرى أخلاقية واجتماعية حتى لو لم تنص عليها القوانين، والحكمة من مثل هذه الفلسفة هو أن الوزارات والدوائر والمؤسسات الحكومية هي جزءاً أصيلاً من مكونات الدولة والمجتمع، وبالتالي فهي تتشارك والمجتمع في المسؤوليات والواجبات مثلما تتشارك في الأهداف والطموحات، لذلك فإن المؤسسات الحكومية كثيرا ما تضطر للعمل خارج النصوص القانونية سواء كمؤسسات أو كأفراد وجماعات من خلال العمل التطوعي والمبادرات الإيجابية، هذا إذا كانت تلك المنظمات

الحكومية من النوع الذي يتبنى رسالة ما للمجتمع، ويمكن اقتراح بعض الأنشطة والبرامج في هذا الصعيد كما يلي:

- تخصيص صندوق مالي أو نسبة منه أو نسبة مقتطعة من الرواتب للأنشطة الموجهة للمجتمع في نطاق المسؤولية الاجتماعية، خصوصًا ما يتعلق بالمناسبات الوطنية والدينية أو في حالات الأزمات الطارئة.
- القيام بحملات تطوعية يشارك بها الموظفون بهدف الإسهام في نقل بعض خبرات الموظفين إلى فئات أخرى من المجتمع، مثل حملات التوعية الصحية، وحملات التطبيب المجاني، ودورات التدريب على أجهزة الحواسيب، وحملات زراعة الأشجار، وغيرها.
- التطوع من خلال تمديد ساعات الدوام الرسمي في حالات الضرورة؛ مثل مواسم الامتحانات المدرسية، أو مواسم ما قبل الأعياد وغيرها من الحالات التي تستدعي ذلك من منطلقات المسؤولية الاجتماعية للجمهور.

3) مسؤوليات الحكومة نحو توفير القوانين الضامنة لحقوق المواطن: وتتمثل تلك المسؤوليات في حماية حقوق المواطنين من تعديات شركات ومنظمات الأعمال المحلية والدولية في الكثير من المجالات منها: قوانين العمل، والأجور، وظروف السلامة العامة للعمال، والضمان الاجتماعي والصحي، ومنع الاحتكارات ورفع الأسعار، ومخالفة مواصفات الجودة، ومخالفة مواصفات السلامة العامة للمستهلكين، والتلوث البيئي وغير ذلك الكثير مما يتصل بأنشطة الصناعة والتجارة والزراعة والخدمات.

لذلك، ينبغي على الحكومات القيام بإصدار القوانين التي تكفل حقوق المواطن تجاه الشركات وأعمالها، وحقوق المجتمع عمومًا؛ كمنع الاحتكار والتلاعب بالأسعار، إضافة إلى تأمين قوانين وتعليمات الحفاظ على البيئة.

ويذكر أنه في الدول الغربية، تمكنت ضغوط منظمات المجتمع المدني ومبادراته من دفع الحكومات إلى تكريس قوانين ومؤسسات لضمان المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع أفراداً وجماعات، وقد أسفر هذا الضغط عن نتائج مدهشة: إذ شهدت الفترة ما بين 1985- 2000 ارتفاع المبالغ المستثمرة في صناديق المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة من 40 بليون دولار إلى 2.2 تريليون دولار، وبحلول عام 2000 أصبح كل دولار من كل 10 دولارات مستثمرة في المملكة المتحدة والولايات المتحدة مرتبطًا بنوع من أنواع المعايير الاجتماعية[1].

ومن المعروف أن الكثير من الدول الأوروبية، خصوصًا الدول الاسكندينافية، وصلت إلى مستويات رفيعة من ضمانات المسؤولية الاجتماعية شملت شرائح المجتمع كافة بما في ذلك المهاجرين الجدد، إذ تتكفل القوانين الحكومية بتوفير الحدود الدنيا من العيش الكريم لكل فرد يتمتع بحق الإقامة على أراضيها، ويتمتع الأطفال والأمهات والمسنين والعاطلين عن العمل والمرضى بضمانات تكفل لهم توفير حدود العيش الكريم، إضافة إلى منظومة القوانين التي تكفل حقوق العاملين من رواتب ومكافآت وغير ذلك الكثير من الحقوق الأصيلة أو المكتسبة، مما جعل تلك الدول قبلة للمهاجرين الساعين إلى العيش الكريم من أبناء الدول النامية.

(1) Balmaceda, M and Larson, T., 'Changing the Rules of the Game', in Green@Work, March – April 2000, p. 35

أما في الدول النامية أيضا، فقد بدأ الوعي يتنامى بجوانب المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق الحكومة تجاه مواطنيها، ومع أنها لم تصل إلى المستويات الدنيا في قوانينها من ضمانات العيش الكريم، إلا أن بعضها بدأ يحاول ذلك من خلال حزمة من القوانين والسياسات التي تتعثر جراء عوامل أساسية في تلك الدول، وعلى الأخص قلة الموارد أو ضعف إدارتها واستثمارها، ثم بسبب سياسات الفساد التي تنحو اتجاه الحفاظ على امتيازات الفئات والنخب الأكثر نفوذا في الدولة والمجتمع وعلى حساب الفئات الأقل حظا والأكثر فقرًا.

4) المسؤوليات الحكومية تجاه البيئة الطبيعية: تندرج مسؤولية البيئة تحت ولاية الحكومات بشكل عام، وعلى الحكومة سن القوانين والتعليمات التي من شأنها الحفاظ على البيئة وحمايتها من التهديدات، ويندرج في هذه المسؤولية الحفاظ على الآثار، والمناظر الطبيعية، والحياة البرية، والتراث المعماري والحضاري وغير ذلك من مجالات البيئة.

   ومن المعتاد أن تواجه الحكومات والمجتمعات بعض القضايا أو التحديات التي لم تنضوي بعد في نصوص القوانين والتعليمات، وهي كثيرًا ما تكون قضايا طارئة أو قضايا مستجدة بفعل التطورات، وفي هذه الحالة، على الأجهزة الحكومية أن تبادر إلى التعامل مع تلك التحديات واستقطاب جهود المجتمع المدني والقطاع الخاص لمواجهة تلك التحديات والحد من آثارها.

5) المسؤوليات الإنسانية للحكومات: رغم أن دور الحكومات ينحصر في الولاية العامة في المجتمع نيابة عن الدولة، إلا أن ذلك لا يعفيها من القيام بمسؤوليات إنسانية في المحيط المحلي والإقليمي والدولي، وعادة ما تنشأ بعض القضايا أو الحاجات التي تتطلب من الحكومات

المبـادرة والقيـام بمـسؤوليات إنـسانية، باعتبـار أن الدولـة عـضو في المجتمع الدولي ولا تعيش بمعزل عنه.

ففي المحيط الداخلي، قد تواجه بعض الحكومات في حدود ولايتها العامة مسؤوليات إغاثة بعض المهاجرين أو اللاجئين أو المسافرين الذين تقطعت بهم السبل أفرادًا وجماعات، وعليها الاحتكام إلى مبادئ القانون الدولي ومبادئ حقوق الإنسان في هذا الصعيد.

وفي المستوى الإقليمي والدولي، فإن حاجات إنسانية قد تبرز بين الحين والآخر خارج حدود ولاية الحكومة، مما يتطلب جهداً دوليًا يجب على الحكومات الإسهام فيه بقدر إمكاناتها، وتنشأ مثل تلك الحاجات في حالات النزاعات والحروب وفي الكوارث الطبيعية كالجفاف والفيضانات والزلازل وانتشار الأوبئة، وغيرها.

رابعًا . أنشطة المشاركة الاجتماعية للوزارات والدوائر الحكومية تجاه المجتمع والبيئة

Activities of the Social Participation of the Government to the Community

تتنوع الأنشطة التي يمكن أن تمارسها مؤسسات الحكومة تجاه المجتمع والبيئة، ونظراً للتداخل الكبير بين خدمة المجتمع والبيئة، فإنه يمكن دمج هذين المستويين من أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية معاً وذلك وفق التصنيف التالي:

1. أنشطة طوعية تنطلق بناءً على تعميمات وأوامر عليا لم يرد فيها نص قانوني ثابت، وعادة ما تأتي تلك التوصيات من قبل رأس الدولة (الملك أو الرئيس) أو من قبل مجلس الوزراء، أو من قبل الوزير المعني، أو من وكيل الوزارة، وتعتبر هذه المبادرات ضرورية للمجتمع في حالات الطوارئ الناتجة عن الكوارث الطبيعية، أو عن حالات الطوارئ

الناتجة عن أزمات اجتماعية محلية، أو الناتجة عن ظروف خارجية طارئة (كانقطاع الوقود القادم من الخارج مثلاً أو أي سلعة أخرى).

2. أنشطة طوعية دائمة يتم تبنيها من قبل لجان موظفي الدوائر والمؤسسات الحكومية، وهي لجان ذات صبغة نقابية إما أن تكون دائمة (كنقابة المعلمين) أو أن تكون مؤقتة وآنية (كلجان وزارة الزراعة لمكافحة الآفات مثلاً)، والصبغة المميزة لهذه الأنشطة هي اعتمادها على إسهامات الموظفين وجهودهم.

3. أنشطة طوعية آنية تنطلق من مبادرات مجموعات متنوعة من موظفي ودوائر الوزارات الحكومية ومؤسساتها تهدف إلى الإسهام في حل معضلة معينة، أو تنمية جانب معين من جوانب التنمية الاجتماعية (اللجان الطوعية لحفظ الأمن في الأزمات، واللجان الطوعية لفض النزاعات، واللجان الطوعية للحفاظ على البيئة، وغيرها).

حالة دراسية رقم (1)
وزارة العدل في حكومة المملكة الأردنية الهاشمية

إيمانًا منها بأهمية المسؤولية الاجتماعية باعتبارها رديفاً فاعلا لعملية التنمية الشاملة، واستكمالا لمتطلبات جائزة الملك عبد الله الثاني لتميز الأداء الحكومي والشفافية، أصدرت وزارة العدل الدليل الإرشادي للمسؤولية الاجتماعية.

وقد تم إعداد الدليل في إطار الاستراتيجية التي تتبناها الوزارة، وبما ينسجم مع الأطر والسياسات التي تنتهجها في دعم المجتمع المحلي، من خلال إعداد وتنفيذ خطة المسؤولية وزيادة الوعي وتعزيز ثقافة المسؤولية الاجتماعية لدى الإطراف المعنية، ووضع المسؤولية الاجتماعية موضع التنفيذ في سياسات عمل الوزارة وإجراءاتها، ترسيخًا لمبدأ توفير قيم العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص التي تتبناها الوزارة ضمن رؤيتها ورسالتها وقيمها الجوهرية.

وفي هذا السياق تبنت الوزارة منهجية عمل المسؤولية الاجتماعية بما يضمن اعتماد احدث وأفضل منهجيات العمل، حيث تهدف الوزارة إلى تعزيز دور الموظفين في تنفيذ أهدافها وتحقيق جانب الاتصال فيما بينهم وبين الفئات المستهدفة من خلال انخراطهم بالمجتمع المحلي، وتشجيع العمل التطوعي بين الموظفين وتقديم الأفكار والاقتراحات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، والتوعية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية بين موظفي الوزارة، وعقد ورش توعية للموظفين حول المسؤولية الاجتماعية وأثرها على تطوير وتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع.

وتمر المنهجية بعدد من المراحل منها التخطيط من حيث تحديد الفئات المعنية ودراستها وحصر احتياجاتها، بينما في المرحلة الثانية تنفيذ خطة

عمل المسؤولية الاجتماعية ومتابعة تنفيذ سير عملها مع الجهات المعنية، وفي المرحلة الثالثة يتم مراجعة وتقييم فعالية أداء تنفيذ الخطة وإعداد تقارير توضح نتائج التقييم، فيما يتم في المرحلة الرابعة إعداد توصيات لتحسين فعالية تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتطويرها، وإشراك المعنيين، ومتابعة تطبيق تلك التوصيات.

ويوضح الدليل المجالات التي تدعمها وزارة العدل فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية من حيث البحث العلمي، ورفع القدرات المؤسسية (التدريب والتعليم)، وحماية البيئة، وذوي الاحتياجات الخاصة، والأيتام والمساكين والمشاريع الخيرية، وتنمية المناطق الحضرية، وبرامج التنمية الاجتماعية والجهود التطوعية والمبادرات الملكية، والصحة والسلامة العامة، ومحاربة الفقر والبطالة، والرياضة والثقافة، وترشيد استهلاك المياه والطاقة، وصندوق الادخار والقروض الإسكانية (صندوق التكافل الاجتماعي).

ونظرا لأهمية المسؤولية الاجتماعية وتعزيزًا لقدرات العاملين فيها على تنفيذ مهمتها بكفاءة وفاعلية، ولضمان استمرارية نجاحها، تم اعتماد دليل اجرائي يوضح طبيعة وآلية العمل تحت مظلة المسؤولية الاجتماعية، كما تم اعتماد نماذج إجرائية منها نموذج تحديد احتياجات الفئات المعنية، ونموذج آخر لخطة عمل المسؤولية الاجتماعية.

كما تم اعتماد نموذج خطة العمل التنفيذية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية وتوضح النشاطات التي سيتم من خلالها تلبية احتياجات الفئات المعنية، والموارد المطلوبة، والمسؤوليات والجدول الزمني، واعتماد الخطة والموافقة عليها من قبل الإدارة العليا، بالإضافة إلى تصميم نموذج طلب مساعدة مجتمع محلي تتضمن كافة بيانات الجهة مقدمة طلب المساعدة.

وفي سياق برامج المسؤولية الاجتماعية قامت الوزارة بالتبرع بمبلغ 15 ألف دينار لمؤسسة نهر الأردن (مبادرة مدرستي)، بعد حملة تبرع شملت

اقتطاع من رواتب القضاة وموظفي الوزارة والمحاكم استجابة للمبادرة الملكية التي أطلقتها الملكة رانيا العبد الله في المساهمة في تحسين مستوى التعليم النوعي والبنية التحتية والخدمات الخاصة بالمدارس الأقل حظًا، كما قامت الوزارة كخطوة مماثلة في العام 2007 بدعم مستشفى الحسين للسرطان بقيمة (15) ألف ديناراً حيث تم تسمية إحدى غرف المستشفى باسم موظفي وزارة العدل.

حالة دراسية رقم (2)

الشركة الوطنية للتشغيل والتدريب (القوات المسلحة الأردنية) (1)

استجابة للتوجيهات الملكية تم إنشاء الشركة الوطنية للتشغيل والتدريب كشركة مساهمة خاصة غير ربحية مملوكة للقوات المسلحة الأردنية، حيث تم تسجيلها رسميًا في وزارة الصناعة والتجارة بتاريخ 2007/7/25، وباشرت عملها في السابع من آب عام 2007 بإدارة كاملة من الكوادر العسكرية بعد استكمال وانجاز كافة الخطط والبرامج التفصيلية لكافة مراحل التشغيل والتدريب.

يرأس الشركة لجنة توجيهية عليا برئاسة رئيس الوزراء وعضوية رئيس هيئة الأركان المشتركة، ووزير العمل، ووزير المالية، ووزير الأشغال العامة والإسكان، وممثل عن القطاع الخاص، كما يضم مجلس إدارة الشركة أعضاء من القوات المسلحة الأردنية والقطاعين العام والخاص، ويشرف على برنامج التدريب 200 مدرب من كافة التخصصات المهنية تم تأهيلهم من خلال شركة فرنسية.

فلسفة الشركة (2):

حسب مدير عام الشركة الوطنية للتشغيل والتدريب فإن الشركة تهدف إلى دعم الاستقرار والأمن الاجتماعي، بالإضافة إلى تغيير الثقافة المجتمعية من خلال التركيز على أهمية التسلح بالمهن وأثرها في تحقيق مستقبل آمن اجتماعياً واقتصادياً، ورفد الاقتصاد الأردني بالكوادر المهنية المحترفة، من خلال استقطاب الشباب للعمل في كافة قطاعات العمل،

---

(1) (موقع الشركة الإلكتروني، متاح 2011/8/15)

http://net.mil.jo/Home/tabid/36/language/ar-JO/Default.aspx

(2) جريدة الرأي، الخميس18 آب 2011،

http://www.alrai.com/pages.php?news_id=418473

وتدريب وتشغيل قوى عاملة أردنية بعد اكتسابها المهارات الفنية حسب المقاييس الدولية.

تستند رؤية الشركة على دراسات تم القيام بها عن واقع سوق العمل المحلي الأردني واحتياجات كل من صاحب العمل والعامل للوصول إلى أسلوب عملي يلبي احتياجات كلا الطرفين، ويساهم في تحقيق رؤية الشركة وأهدافها حيث تم تصنيف هذه الاحتياجات كما يلي:

أ. **متطلبات صاحب العمل،** وتشمل:

- الالتزام والجدية في العمل، من خلال توفير الوسائل الكفيلة لضبط جدية المتدرب والتزامه بالعمل والتأهيل عن طريق نظام استخدام المدنيين في القوات المسلحة ووجود آلية للثواب والعقاب.
- جودة الإنتاج، وتكون بالتركيز على جودة المخرجات النهائية للمتدرب لما لذلك من تأثير ايجابي على جودة العمل وتخفيض كلفة المنتج.
- التدريب لتلبية حاجة السوق، عن طريق تدريب المتدربين حسب الاحتياجات الفعلية لسوق العمل، وتوزيعهم على شركات المقاولات حسب حاجتها ومراحل العمل لديها.

ب. **متطلبات العامل الأردني،** وتشمل هذه المتطلبات:

- العدالة في الأجور، من خلال الحصول على الكلف العادلة لأجور المهني الأردني مقارنة مع العامل الوافد.
- توفير الخدمات اللوجستية، لتمكين الباحثين عن العمل في المحافظات ذات نسب البطالة المرتفعة من الاستفادة من فرص العمل المتركزة في محافظتي عمان والعقبة.

رؤية الشركة:

تتلخص رؤية الشركة في رفد الاقتصاد الأردني بالكوادر المهنية المحترفة في قطاع الإنشاءات كمرحلة أولى، على أن تتبعها قطاعات الاقتصاد الأخرى في الصناعة والتعدين والخدمات والزراعة، بما يكفل دفع النمو الاقتصادي الأردني بصورة متسارعة ومتوازنة، وتدعيم الاستقرار والأمن الاجتماعي.

رسالة الشركة:

تتضمن رسالة الشركة تغيير الثقافة نحو العمل المهني لكل من العامل وصاحب العمل، من خلال توفير فرص عمل مهنية وتقنية توفر مردود اقتصادي واجتماعي كريم، وتساهم في تحقيق الرفاهية والازدهار بما يكفل زيادة الطبقة الوسطى في المجتمع.

الأهداف، تشمل أهداف الشركة ما يلي:

- تغيير الثقافة المجتمعية من خلال التركيز على أهمية التسلح بالمهن وأثرها في تحقيق مستقبل آمن اجتماعياً واقتصادياً.
- رفد الاقتصاد الوطني بالكوادر المهنية المحترفة من خلال استقطاب الشباب للعمل في كافة قطاعات العمل.
- تدريب وتشغيل قوى عاملة أردنيه بعد اكتسابها المهارات الفنية حسب المقاييس الدولية.
- المساهمة في تخفيض نسبة البطالة في المملكة والمحافظات.
- المساهمة في الحد من الفقر وتخفيض نسبة الإعالة من خلال استقطاب الشباب من المناطق النائية والفقيرة.
- الإحلال التدريجي للعمالة المحلية عوضاً عن العمالة الوافدة.
- المساهمة في دعم الناتج المحلي الإجمالي من خلال دعم الاقتصاد الوطني.

استراتيجية العمل في الشركة، والتي تتضمن تحديد مراحل التدريب وشروط الاستخدام والامتيازات التي يحصل عليها المتدربون، وكما يلي:

1. **مراحل التدريب:** تم اعتماد برنامج تدريب لمدة 12 شهر خصص منها شهرين للتدريب العسكري، وأربعة شهور للتدريب المهني التأسيسي، والستة شهور المتبقية يجري تدريب الطلبة فيها ميدانيا في أماكن العمل.
2. **شروط الاستخدام**، تتضمن شروط الاستخدام ما يلي:
   - أن يكون أردني الجنسية.
   - أن لا يقل العمر عن (17) عام ولا يزيد عن (35) عام وحسب نوع المهنة كما في طلب الاستخدام.
   - أن يجتاز الفحص الطبي المقرر.
   - أن يكون حسن السيرة والسلوك وغير محكوم بجناية أو جنحة مخلة بالشرف.
   - يتم تحديد المهنة للمتدرب حسب المستوى التعليمي.
3. **الامتيازات**، يحصل المتدربون على الامتيازات التالية:
   - راتب شهري 191 دينار.
   - التأمين الصحي.
   - الضمان الاجتماعي .
   - السكن والمواصلات.
   - الطعام واللباس.
   - الحصول على الشهادات التالية وحسب كفاءة المتدرب:

أ. شهادة وطنيه معتمده من وزارة العمل صادرة عن مركز الاعتماد وضبط الجودة لقطاع التدريب والتعليم المهني والتقني.

ب. شهادة معتمده من وزارة التعليم الفرنسية.

ج. شهادة مزاولة المهنة في الدول الأوروبية (Euro Pass)

د. تحتسب مرحلة التدريب العسكري في البرنامج بديلاً عن خدمة العلم.

مخرجات الشركة للمجتمع وسوق العمل:

عملت الشركة منذ تأسيسها وحتى (2011/4/1) على تدريب (15537) شاباً تدريباً عسكرياً ومهنياً، تم تشغيل (11449) متدرباً في مؤسسات القطاع الخاص on job training ، كما بلغ عدد الخريجين (9566) خريجاً.

وتشير تقارير الشركة أن نسبة رضا أصحاب العمل عن كفاءة المتدربين بلغت (85٪)، كما بلغت نسبة رضا متلقي الخدمة التدريبية، وهم الخريجون (83٪)، في حين بلغت نسبة استقطاب الشركة من المتدربين غير الناشطين اقتصادياً والمتعطلين عن العمل والأميين حوالي (90٪) لتساعد على توسيع الطبقة الوسطى وزيادة نسبة الأفراد الناشطين اقتصادياً.

وبلغ عدد المسجلين بالضمان الاجتماعي من خريجي الشركة (26٪)، وقد ساهمت جهود الشركة في تغيير الثقافة المجتمعية السلبية نحو العمل المهني والتشغيل من خلال التركيز على أهمية التسلح بالمهن وأثرها في تحقيق مستقبل آمن اجتماعيًا واقتصاديًا، حيث بلغت نسبة الزيادة في نسبة أعداد المتقدمين إلى برنامج الشركة (25.5٪) وبلغت نسبة الزيادة في أعداد الملتحقين في البرنامج (42٪) في عام (2010) عما كانت عليه في عام (2009).



الفصل السابع
المسؤولية الاجتماعية في الشركات والمنشآت التجارية
Social Responsibility in Corporations

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات
2. تتبع تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات
3. تحديد مداخل المسؤولية الاجتماعية ونماذجها
4. توضيح أبعاد المسؤولية الاجتماعية واستراتيجياتها
5. بيان حقوق الإنسان ومسؤولية الشركات الاجتماعية
6. شرح المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات
7. توضيح معايير قياس الأداء في المسؤولية الاجتماعية

الفصل السابع

المسؤولية الاجتماعية في الشركات والمنشآت التجارية

Social Responsibility in Corporations

المقدمة Introduction

بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يترسخ في الدول الصناعية الكبرى مع ظهور الشركات الصناعية العملاقة التي توظف عشرات الآلاف من العاملين، وتستهلك كميات هائلة من المواد الأولية، وتؤثر تأثيراً مباشراً على البيئة وعلى حياة المجتمعات التي تعمل فيها.

وقد زاد الاهتمام بأداء هذه الشركات بعد وقوع بعض الحوادث المدمرة للبيئة والبشرية، وكان العدل يقتضي أن تساهم هذه الشركات بجزء من أرباحها لتطوير حياة العاملين وأسرهم، بل وتنمية المجتمعات التي تمارس نشاطها فيها.

لقد أصبح التوجه الحديث يميل إلى جعل هذه المساهمة حقاً قانونياً تفرضه الدولة، وتشرف على جمعه وتوظيفه للأغراض الاجتماعية والتنموية، ليس هذا فحسب، بل أن وسائل الإعلام والتوعية المختلفة أصبحت تشجع على الانحياز إلى منتجات الشركات التي تعلي من قدر المسؤوليات الاجتماعية في سياساتها، الأمر الذي أدى إلى تحسين صورتها الذهنية وانعكس إيجاباً على أدائها وما تحققه من أرباح.

وفي العديد من الدول، أصبحت هناك مؤشرات لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات ومؤسسات الأعمال، تهتم بها الشركات وتوليها عناية خاصة وهي تضع سياساتها وبرامجها وميزانياتها، وفي إطار الاهتمام المشترك؛ فقد نظمت المنظمة العربية للتنمية الإدارية ومجلس المسؤولية

الاجتماعية بالرياض في المملكة العربية السعودية ملتقىً حول المسؤولية الاجتماعية، والذي تتبع أهميته من أنه نادى بتعميم مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الوطن العربي، إضافة إلى تسليط الضوء على أهمية وجود مؤشر عربي للمسؤولية الاجتماعية، تستهدي به الدول العربية المختلفة وهي تسعى لتفعيل هذا المفهوم المهم والمؤثر في تحقيق التنمية المستدامة.

يتناول هذا الفصل تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وبيان حقوق الإنسان ومسؤولية الشركات الاجتماعية، وتتبع تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتحديد المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات، إضافة توضيح معايير قياس الأداء في المسؤولية الاجتماعية.

أولاً . مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

The Concept of Social Responsibility

بالرغم من أن فكرة المسؤولية الاجتماعية للشركات تعد بسيطةً، إلا أن هناك تعريفات عدة لهذا المصطلح، وتشترك في سمات مشتركة في جوهرها، وبشكل أساس، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي وسيلة تتمكن الشركات بواسطتها أن تصبح أكثر أخلاقية.

استخدم تقرير مجلس التجارة العالمي للتنمية المستدامة تحت عنوان "Making Good Business Sense"، والذي أعده اللورد هولم وريتشارد واتس تعريفًا علميًا للمسؤولية الاجتماعية للشركات ينص على أن المسؤولية الاجتماعية هي: "التزام مستمر من قبل قطاع الأعمال على التصرف أخلاقيًا والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين الظروف المعيشية للأيدي العاملة وعائلاتهم وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام."

ورغم الاختلاف حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلا أن هناك عناصر محددة تتدرج في مختلف تعريفات المسؤولية الاجتماعية للشركات وهي:

1. أن المسؤولية الاجتماعية مبادرة طوعية تنفذها الشركة تتعدى نطاق التزاماتها القانونية تجاه الآخرين.
2. أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا تقتصر على التبرعات وأعمال الخير التي تقوم بها، وإنما هي جزء من سياسة الشركة وتنعكس في آليات عمل الشركة اليومية وفلسفتها العامة.
3. أن المسؤولية الاجتماعية للشركة تستهدف أصحاب المصالح الذين تتعامل معهم الشركة وتسعى إلى إشراكهم معها بأشكال مختلفة، كالزبائن أو المستهلكين والعاملين في الشركة والمتعاقدين والموردين إضافة إلى المجتمع المحلي الذي تعمل ضمنه منشآت الشركة، وأيضًا المجتمع بشكل عام.

ولا تعد فكرة تحمّل الشركات المسؤولية عن أعمالها تطوراً حديثاً، فقد كانت هذه المسؤولية تفرض على الشركات منذ مئات السنين من قبل المجتمع المدني، إذ كانت مشاركة المجتمع المدني عاملاً حاسماً في إنهاء تجارة العبيد البريطانية، وبدأ الأمر بقيام اثني عشر رجلاً (جمعت بينهم معارضة العبودية وتجارة العبيد) بتشكيل جمعية، وتطورت هذه الجمعية بانضمام أشخاص من جميع فئات المجتمع، وقاموا بنشر الفظائع التي كانت تحدث على متن السفن التي تنقل العبيد، وحصلت قضيتهم على الدعم البرلماني، وبحلول 1792م، تكللت جهودهم بمقاطعة 400,000 شخص في بريطانيا لمحصول السكر الذي يقوم بزراعته العبيد، وفي عام 1807م تم سن تشريع يحظر تجارة الرق البريطانية، وكانت هذه الإضرابات بالإضافة إلى التغطية الإعلامية الأساس لقيام حملات المجتمع المدني، وبالتالي جاءت فكرة المسؤولية الاجتماعية للشركات كاستجابة مباشرة

لمثل هذه الضغوط من المجتمع المدني، وأصبح الرأي العام في السنوات الأخيرة أمراً بالغ الأهمية عند الشركات، إذ نجم عنه العديد من المطالب والتوقعات من الشركات، وقد ساهمت العديد من العوامل العالمية في تزايد الضغط على الشركات لتبني المسؤولية الاجتماعية، والتي من أهمها(1):

1. الاهتمام المتزايد بالبيئة، والذي أدى إلى دعواتٍ للتنمية المستدامة.
2. تزايد العدائية للشركات والرأسمالية بشكل عام.
3. انتشار مفاهيم العالمية وآثارها المؤذية.
4. تزايد تأثير المنظمات غير الحكومية ومنظمات المجتمع المدني وزيادة قوتها.
5. توافر المعلومات عن السجلات الكارثية للبيئة وحقوق الإنسان لبعض الشركات، وخاصة فيما يتعلق بالأجور وظروف العمل في مصانع الموردين في الخارج.

وقد أجبرت التهديدات التي تعرضت لها بعض الشركات؛ مثل التهديد برفع القضايا ومقاطعة المستثمرين والمستهلكين، أو مجرد تشويه السمعة، إلى تبني سياسات المسؤولية الاجتماعية لتفادي التعرض للمساءلة القانونية، وعلاوة على ذلك، هناك ضغوطات متزايدة من مؤسسات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية على القوة المتنامية للشركات الخاصة كرد فعل على تزايد هذه القوة، فقد ازداد تأثير الشركات ولكن من دون نظام ملزم لضمان مساءلتهم، وبالتالي جعلوا الشركات هدف من نوع خاص، إذ تحوز تلك الشركات على السلطة ولكن من دون مساءلة، وتسيطر على موارد واسعة ولكن لا تتمتع بالسيادة، وتعمل في منطقة متباينة على المستوى الدولي حيث القوانين غير واضحة والرقابة صعبة، وبشكل لا

(1) Henderson. David "Misguided Virtue: False Notions of Corporate Social Responsibility .(2001, Hobart Papers) p.31.

يقبل الجدل يمكنهم فعل ما يريدونه والنجاة بفعلتهم أو يمكنهم اختيار الامتناع عن القيام بما ينبغي عليهم القيام به لأنه لا يوجد إلزام قانوني واضح بقيامهم بذلك.

وتتمتع الشركات بحجم قوة كبيرة، إذ تعد 37 شركة من أقوى 100 اقتصاد في العالم، ونتيجة لذلك فقد أصبح لدى مؤسسات المجتمع المدني إدراك أن على الشركات مسؤوليات مدنية واجتماعية وعليه فإنها تطالب الشركات بالالتزام بهذه المسؤوليات، كما أقدمت بعض الحكومات على سن قوانين تلزم الشركات العاملة فيها بضرورة تبني سياسات اجتماعية، فقد أقدمت الحكومة البريطانية على تضمين قانون الشركات لعام 2006 بنودًا تطلب من الشركات العامة تقديم تقرير عن القضايا الاجتماعية والبيئية، كما تقوم الأمم المتحدة بتشجيع المسؤولية الاجتماعية للشركات عبر فكرة التكامل العالمي[1].

وقد أسفر هذا الضغط من قبل المجتمع المدني، والجهات الرسمية عن نتائج مدهشة: إذ شهدت الفترة ما بين 1985- 2000، كما سبق ذكره، ارتفاع المبالغ المستثمرة في صناديق المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة من 40 بليون دولار إلى 2.2 تريليون دولار، وبحلول عام 2000 كان كل دولار من كل 10 دولارات مستثمرة في المملكة المتحدة والولايات المتحدة مرتبطًا بنوع من أنواع المعايير الاجتماعية.

ثانيًا. تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات

The Development of Social Responsibility Concept

إثر تطور المجتمع، وازدياد الضغوط المادية، بات لزامًا على الشركات وغيرها التحرك باتجاه المجتمع لتقديم مبادراتها، وتقديم المساعدة، وإن

(1) العبادي، سمير، وغانم، جمال، الإدارة الدولية، ط1، القدس، منشورات جامعة القدس المفتوحة، 2008، ص123.

اختلفت الآراء حول ما تقوم الشركات بتقديمه لأبناء المجتمع المحلي، وفي هذا الإطار يقول الغالبي والعامري[1] أن ظهور المسؤولية الاجتماعية كان نتاجًا لتفاعل العديد من العوامل؛ منها ازدياد ضغوط المجتمع، وإسهام أكبر للشركات، ونيل رضا المجتمع، وتطور وعي الإنسان وإدراكه لذاته وللمجتمع، واهتمام الجامعات العالمية ومراكز البحث بهذه القضية، إضافة إلى تراكم البحوث العلمية النظرية والتطبيقية في هذا المجال.

وقد تباينت وجهات نظر الباحثين حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية، فمثلاً يرى بيرنان[2] أن تحقيق تشخيص متكامل للمسؤولية الاجتماعية ليس بالأمر السهل، نظرًا لوجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع المحلي من هذه الشركات والشركات ذاتها، بينما يقول روبينز[3] أن هناك ارتباطًا وثيقا بين المسؤولية الاجتماعية والأخلاق، وهنا يبرز النقد الكبير للشركات التي تبحث عن تعظيم ربحها، ما يجعلها مضطرة لتبني دور أكبر تجاه البيئة، في حين يرى ستريـر[4] أن هذا التعريف فتح بابًا واسعًا لدراسة الموضوع من كافة جوانبه.

ويرى بعضهم أن المسؤولية الاجتماعية تعد التزام على الشركات تجاه المجتمع المحلي، وقد ورد في أبحاث كارول الرائدة أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتضمن أربعة جوانب رئيسية هي المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية القانونية والمسؤولية الخيرة، والمسؤولية الأخلاقية[5].

---

(1) الغالبي، طاهر محسن، و العامري، صالح مهدي (2005). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، عمان، دار وائل للنشر.

(2) Bernan "Managing Public Issue By Objective", Report Of The Taskforce Of Corporate Social Performance U.S DEPARTMENT OF COMENERCE,July,1979, p83.

(3) Robbins and DE Cenza, Fundamental of Management, Prentice-Hall, 1998, p137.

(4) Strier, Franklin, The Business Manager's Dilemma, Defining Social Responsibility, 1979, p9.

(5) Carroll, A.B., the Pyramid of Corporate Social Responsibility toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons. 1991, 34(4), 38-48.

وبين العامري والغالبي[1] أن وفاء الشركات بالتزاماتها تجاه المجتمع، يؤدي إلى زيادة التكافل الاجتماعي بين أبناء المجتمع، ويعزز ويعمق روح الانتماء؛ وخاصة في صفوف ذوي الاحتياجات الخاصة والمهمشين والأقليات والمرأة والشباب، إضافة إلى الاستقرار الاجتماعي الناجم عن تحقيق العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص وتحسين نوعية الحياة واندماج الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع، وتحسين التنمية السياسية جراء زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي ما يؤدي كل ذلك إلى زيادة الترابط الاجتماعي بسبب الشفافية والصدق في التعامل.

نستخلص مما تقدم، تعدد التعاريف كون موضوع المسؤولية الاجتماعية يكتسب أهمية خاصة مع الأيام، ما جعلها تركيباً معقدًا ،وليس مفهومًا يسهل تبسيطه بمعايير ثابتة، ويقول ستيكمست[2] أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية ما يزال بعيدًا عن تحديد أبعاده، لذلك نرى الشركات في حيرة من أمرها حول ما يتوجب عليها القيام به، وعمومًا فإن المسؤولية الاجتماعية تمثل نشاطًا من شقين الأول داخلي والثاني خارجي،وبالتالي فهي واجب إدارة الشركة الأساسي في اتخاذ القرارات المهمة والأفعال المؤدية إلى تحقيق حاجة أصحاب المصلحة الأساسيين من موظفين ومساهمين،وكذلك تحقيق رفاهية المجتمع، وهذا يجعلنا نتوصل إلى نتيجة مفادها أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي واجب والتزام من جانب الشركات تجاه المجتمع المحلي، مع الأخذ بعين الاعتبار مدى توقعات المجتمع من هذه الشركات.

ويتضح مما سبق أن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية للشركات يحقق لها العديد من الفوائد يقف في مقدمتها تحسين صورة الشركة بالمجتمع

---

(1) العامري والغالبي، مرجع سابق، 2010، 58.

(2) Henderson, David, Ibid, 2001, p.39.

وترسيخ المظهر الايجابي لدى العملاء والعاملين وأفراد المجتمع بصورة عامة؛ إذا اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمنظمة اتجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة[1].

ولو تتبعنا تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية نجد أن هناك تغيرات مهمة وإضافات نوعية طرأت على هذا المفهوم أكسبته وضعه الجديد، حيث انتقل من الحالة الآمنة العملياتية إلى الاستجابة الاستراتيجية؛ ومن الجزئية المحددة إلى الشمولية الواسعة، وانطلاقا من ذلك نستطيع رصد تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال عشر محطات هي[2]:

- الثورة الصناعية والإدارة العلمية.
- العلاقات الإنسانية وتجارب هوثورن.
- مرحلة ظهور الإنتاج وتضخم حجم المنشآت.
- تأثير الأفكار الاشتراكية.
- مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير والنظرية الكينزية.
- مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي.
- مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات.
- مرحلة القانون والمدونات الأخلاقية.
- مرحلة جماعات الضغط.
- مرحلة اقتصاد المعرفة وعصر المعلوماتية.

ويفيد استعراض هذه المحطات في الاستنتاج بأن تطور مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات قد حصل بالتدريج، ولا يمكن تعميمه على البيئة العالمية بشكل موحد لاختلاف البيئة الأمريكية مثلاً عن البيئة الأوروبية، كما لا يمكن فصل هذا التطور عن تطور فلسفة وفكر إدارة

---

(1) عبد الرحمن، عبد الرحمن (1975). الأخلاق النظرية، الكويت: دار سالم للطباعة، ص 198.

(2) الغالبي والعامري، مرجع سابق، 2008، ص 58.

الأعمال بصورة عامة، إضافة إلى أن هذا التطور يوضح انتقال مفهوم المسؤولية الاجتماعية من حيز إقليمي ضيق إلى إطار عالمي أرحب، كما أنه تجاوز أهدافه الضيقة إلى ما هو أشمل حيث بدأ يدخل إلى مفاهيم الإدارة والبيئة.

ثالثًا . مداخل المسؤولية الاجتماعية ونماذجها

Social Responsibility Approaches & Models

هناك عدة مداخل أو اتجاهات للمسؤولية الاجتماعية، منها ما يرى ضرورة التزام المنظمة بالمساهمة في الأنشطة الاجتماعية، ومنها ما يرى أن منظمات الأعمال وجدت فقط لتحقيق العوائد المادية، وتطوير القطاعات الاقتصادية المختلفة، وأنه ليس من صميم عملها تبني أي دور اجتماعي، لأن ذلك ليس من اختصاصها ،وهناك مدخل آخر يقوم على ضرورة الموازنة بين النشاط الاجتماعي والنشاط الاقتصادي للمنظمات، وهناك اتجاهين أو مدخلين مختلفين ومتعارضين حول تبني المسؤولية الاجتماعية من قبل منظمات الأعمال، وهما[1]:

- الاتجاه الكلاسيكي، يرى هذا الاتجاه أن الوظيفة الأساسية لمنظمات الأعمال هي العمل على تعظيم الربح والعوائد، وعدم الصرف على أي أنشطة اجتماعية لأنها تؤدي إلى هدر أرباح المساهمين، إذ يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الإنفاق على الجوانب الاجتماعية يزيد من كلفة الإنتاج، كما يمكن أن يتسبب في ذوبان الهدف الرئيس للأعمال وهو تحقيق الربح، يضاف إلى ذلك أن المديرين ليس لديهم خبرة بإدارة البرامج الاجتماعية، وبموجب هذا الاتجاه فإن العمل ينطوي على نوع واحد من المسؤولية؛ وهي الاستخدام الكفء للموارد في مجال الأنشطة

---

(1) العامري والغالبي، مرجع سابق، 2008، ص90.

التي تزيد من أرباح ذلك العمل؛ طالما أن ذلك يتم في ظل منافسة مفتوحة وحرة دون خداع وغش[1].

ويفيد النموذج الكلاسيكي للمسؤولية الاجتماعية في أن زيادة الأرباح تعتبر مسؤولية أخلاقية رئيسة لإدارة الأعمال، لأنها تعتمد على المنفعة التي تقدمها والحقوق الفردية التي تحفظها، خاصة ما يرتبط بمسؤولية المنظمة تجاه المساهمين.

كما يرى المعارضون للمسؤولية الاجتماعية عدم وجود خبرة لدى المنظمات لإدارة البرامج الاجتماعية، وأن تبني المسؤولية الاجتماعية سوف يتسبب في تضارب المصالح، ويشوش تحقيق الأهداف، ويعمل على تقليل أرباح المساهمين، ويؤدي إلى صعوبة المساءلة القانونية عن الجوانب الاجتماعية بسبب عدم وجود معايير دقيقة لقياس الأداء الاجتماعي[2].

- ويرى الاتجاه الثاني للمسؤولية الاجتماعية، أن منظمات الأعمال يجب أن تتبنى دوراً اجتماعياً واسعاً، وأن تنفق على الأنشطة الاجتماعية ورفاهية المجتمع، واستنادًا لهذا الاتجاه؛ فإن منظمات الأعمال يجب أن تراعي مصالح جميع الأطراف، وليس مصلحة المساهمين فقط كما يرى الاتجاه الكلاسيكي، بمعنى أن لا ينحصر دور منظمات الأعمال فقط في مراعاة تحقيق الأرباح والعوائد للمساهمين، فمنظمات الأعمال؛ واستنادًا لهذا الاتجاه؛ تخلق مشاكل مختلفة ومتنوعة، ويجب عليها أن تسعى إلى حلها، وإن مساهمة المنظمة في المجتمع، من خلال المساهمة بحل المشاكل المختلفة، سواء التي كانت المنظمة سبباً بها، أو تلك التي تحدث بفعل ظروف أخرى، إن تلك المساهمة

(1) Hill, C. W. L. & Jones, G. R., Strategic Management. New York: Houghton Mifflin, 2002, p119.

(2) نجم، عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2006، ص203.

يمكن أن تعمل على تحسين صورة المنظمة في المجتمع وتقلل من التدخل الحكومي[1].

مثلما أن للمسؤولية الاجتماعية اتجاهين، فإن لها أيضاً نموذجين، يختص كلُ نموذج منهما بتغطية اتجاه من اتجاهات المسؤولية الاجتماعية، وهذا يعني أنه ينبغي على المنظمات تبني أحد النموذجين في توجهها نحو التعامل مع المسؤولية الاجتماعية، إذ يصعب الجمع بين النموذجين في آن واحد، وهذين النموذجين هما[2]:

- **النموذج الاقتصادي Economic Model**: الذي يرى أن المنظمات وجدت من أجل إنتاج سلع وخدمات جيدة، والحصول على الربح ودعم الأعمال، وهذا بدوره يجعل المجتمع يحقق الاستفادة القصوى عندما يترك لقطاع الأعمال وحده إنتاج وتسويق منتجاته المربحة التي يحتاجها المجتمع، وكنتيجة لذلك فالمسؤولية الاجتماعية تصبح من مقتضيات عمل الحكومة وجماعات البيئة والمؤسسات الخيرية.
- **النموذج الاقتصادي ـ الاجتماعي Socio-Economic Model**: الذي يرى أن المسؤولية ليست فقط تجاه أصحاب الأسهم، بل يجب أن تكون اتجاه الزبائن والموظفين والمزودين والقطاع العام والمجتمع بأكمله، ما يعني أن مسؤولية منظمات الأعمال هي ليست فقط تحقيق الربح، بل أيضاً التركيز على كفاءة وجودة الحياة، والمحافظة على الموارد الطبيعية، وتوازن العائد الاقتصادي والعائد الاجتماعي للمنظمات، والتركيز على اهتمامات المجتمع، والحكومة، وإذا ما أخذت المنظمة بمنحى

---

(1) Pride, W. M., Hughes, R. J. & Kapoor, J. R.و **Business.** USA: Houghton Mifflin company, 2005, p49.

(2) Pride, W. M., Hughes, R. J. & Kapoor, J. R., Ibid, 2005, p48.

المسؤولية الاجتماعية، فهناك العديد من المزايا التي يمكن أن تتحقق لها والتي تتمثل في[1]:

1. تعزيز صورة المنظمة لدى المتعاملين معها، وبالتالي لدى المجتمع عمومًا.
2. كلما ازداد مستوى ممارسة المنظمة لمسؤوليتها الاجتماعية يزداد نمو الأعمال.
3. تنخفض حاجة المنظمة لأن تفرض الأطراف الرسمية القوانين والأنظمة الإضافية عليها، والتي تفرض أعباء وتكلفة على المنظمة.
4. كلما ازداد اضطلاع المنظمات بالدور الاجتماعي؛ فإن ذلك يسهم في تحقيق فائدة كبيرة للعاملين والمجتمع.
5. ستكون نوعية الحياة، إجمالاً، أفضل فيما إذا التزمت المنظمات بالمسؤولية الاجتماعية.
6. ازدياد أعمال ومشروعات المنظمات، وما يلازم ذلك من زيادة في أرباحها في حال العناية بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

أما الذين يعارضون ممارسة المنظمات للمسؤولية الاجتماعية، فإنهم يرون أن تعظيم الأرباح هو الهدف الأساس للمنظمات، لهذا فإن القيم الاقتصادية هي المعيار الوحيد التي يقاس بها نجاح الأعمال، ويبررون هذا الإدعاء بما يلي[2]:

1. إن التزام المنظمة بالمسؤولية تجاه المجتمع، والمساهمة في التخفيف من التلوث، والإنفاق على السلامة المهنية سيزيد من أعباء المنظمة المالية، مما يؤدي إلى تراجع المنظمة.

---

(1) ديسلر، ج.، **أساسيات الإدارة- المبادئ والتطبيقات الحديثة**، ترجمة عبد القادر، عبد القادر محمد، الرياض: دار المريخ للنشر، 1992، ص810.

(2) ديسلر، ج.، المرجع السابق، 1992، ص811.

2. عندما تزيد المنظمة من اهتمامها بتحقيق الأهداف الاجتماعية، فسيؤدي هذا إلى تخفيف تركيز منظمات الأعمال على تحقيق الإنتاجية الاقتصادية.

وهناك من يرى أن للمسؤولية الاجتماعية ثلاثة مداخل، هي: مدخل المنفعة، ومدخل الحقوق المعنوية، ومدخل العدالة، وهناك ثلاثة مفاهيم ترتبط بالمسؤولية الاجتماعية، هي: المفهوم التقليدي، والمفهوم المصلحي، والمفهوم الايجابي، وسيتم فيما يلي توضيح هذه المفاهيم[1]:

- المفهوم التقليدي للمسؤولية الاجتماعية، يعبر هذا المفهوم عن بذل جهود الإدارة والمديرين لخدمة مصالح مالكي المنظمة من خلال تعظيم الأرباح، وعدم المخاطرة بمصالحها.
- المفهوم المصلحي للمسؤولية الاجتماعية، برز هذا المفهوم خلال عقد الثلاثينات من القرن العشرين بسبب تطور التدخل الحكومي في مناهج الحياة المجتمعية.
- المفهوم الايجابي للمسؤولية الاجتماعية، يعبّر هذا المفهوم عن أهمية التزام المديرين بضرورة تلافي المشاكل التي تواجه المنظمة من خلال دراسة البيئة، واتخاذ الحيطة إزاء التطورات المحتملة فيها، وتوليف الأهداف المنظمية بطريقة تحقق مصالح الجماعات المستفيدة من المنظمة، واعتماد الخطوات الثابتة بشأن المصالح المتبادلة للمنظمة.

(1) جواد، شوقي ناجي، **إدارة الأعمال- منظور كلي**. عمان: دار الحامد، 2000، ص135.

رابعًا ـ أبعاد المسؤولية الاجتماعية واستراتيجياتها

Social responsibility Dimensions & Strategies

حدد كارول[1] Carroll أربعة أبعاد ومكونات للمسؤولية الاجتماعية، هي: البعد الاقتصادي، والبعد القانوني، والبعد الأخلاقي، والبعد الخيّر، وسيتم فيما يلي توضيح هذه الأبعاد:

1) **البعد الاقتصادي:** يشير البعد الاقتصادي إلى أن قطاع الأعمال عليه التزام بأن يكون منتجاً ومربحاً، ويلبي الحاجات الاستهلاكية للمجتمع، ويستند البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي، ويشتمل على مجموعة من عناصر المسؤولية الاجتماعية، منها المنافسة العادلة التي تدعو إلى منع الاحتكار، وعدم الإضرار بالمستهلكين، واحترام قواعد المنافسة، وعدم إلحاق الضرر بالمنافسين، ويعتمد نمط المسؤولية الاقتصادية على وجهة النظر التي تركز فيها منظمات الأعمال على هدف تعظيم الربح، وأن المساهمات الاجتماعية لا تعدو كونها نواتج عَرَضية للبعد الاقتصادي[2].

2) **البعد القانوني**: يستند البعد القانوني إلى القوانين والتشريعات التي تحددها الدولة، ويتناول اهتمام قطاع الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية عدة مواضيع مثل حماية البيئة، وحماية المستهلك، والمشاركة في حل مشكلات المجتمع، فقد تولدت العديد من المشكلات بسبب الأعمال التي تمارسها منظمات الأعمال؛ والتي تسببت بتلوث البيئة، والناتجة عن مخلفات المصانع التي تُلقى في الأنهر والبحار، وما يمكن أن تسببه من القضاء على الكائنات البحرية، إضافة للضوضاء الناتجة

(1) Carroll, A.B., Ibid, 1991, 405.

(2) العامري والغالبي، مرجع سابق، 2008، ص65.

عن الأصوات العالية للماكينات والسيارات والمنتجات التكنولوجية والتي تسبب الإزعاج والمرض للناس، وكذلك ما يصدر عن تلك المصانع من دخان يعمل على تلويث الهواء(1).

وتتضمن المسؤولية القانونية الكثير من العناصر، والمتمثلة في قوانين حماية المستهلك من الغش والتزييف، وحماية البيئة من التلوث، ومنع الاستخدام غير المنظم للموارد، والتخلص من الفضلات، وتأمين السلامة والعدالة للأفراد من حيث عدم التمييز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو الدين، ومساعدة الأفراد في حالات الإصابات والتقاعد وتوفير العمل للمرأة والمعوقين(2).

3) **البعد الأخلاقي:** يعكس هذا البعد الرموز غير المكتوبة، والمبادئ، والقيم والعادات والتقاليد والدين، وكل ما يتعلق باتجاهات المجتمع، وتهتم المسؤولية الأخلاقية لمنظمات الأعمال بالقيام بما هو صحيح وعادل، وتجنب الضرر للآخرين، كما تتضمن عدم انتهاك المنظمة للمبادئ المتفق عليها والتي تحدد الصح والخطأ عند توجيهها لأعمالها، ومن أجل أن تلتزم منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية بشكل كبير فإن عليها أن تعطي الأولوية للسلوك الأخلاقي، وكي تقوم المنظمة بذلك، فإنه ينبغي إيلاء أهمية كبيرة للأخلاق، وتشجيع الأفراد لاتخاذ المسؤولية الأخلاقية بشكل أكثر جدية، والتركيز على الجماعة، واحترام وجهات النظر المختلفة للجميع وتستند المسؤولية الأخلاقية إلى المبادئ والمعايير الأخلاقية، والقيم

(1) الشنواني، صلاح، **التنظيم والإدارة في قطاع الأعمال- مدخل المسؤولية الاجتماعية**. الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 1999، ص31.

(2) Murthy, K. V. B., Business ethics and Corporate Responsibility: A New Perspective on line, Available: at http:)//mpra,ub.uni-muenchen.de/2634/, 2007.

الاجتماعية، واحترام حقوق الإنسان، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع[1].

4) **البُعد الخيّر:** تعتبر المسؤولية الخيرية أو الإنسانية لقطاع العمل جزءً مهمًا من دور المنظمات الذي يجب أن تلعبه على المستويات العالمية والوطنية والمحلية، وهذه المسؤولية اختيارية، ومن الصعب الحكم عليها والتحقق منها، ومن أمثلة هذه المساهمات ما قدمته شركة مايكروسوفت من مساهمة مالية كبيرة لعلاج مرضى الإيدز في الهند، ومساهمتها في مساعدة 5000 منظمة غير ربحية في العالم[2].

ويرتبط البُعد الخيّر أو الإنساني بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام، كما يرتبط بمساهمة قطاع الأعمال في حل مشاكل المجتمع باعتباره جزءًا منه، ويتوجب على قطاع الأعمال أن يشارك المجتمع في مناسباته الوطنية وأعياده من جهة، والمشاركة في النكبات والحوادث التي تصيب المجتمع؛ كالزلازل والبراكين، وحل مشكلات الفقر والبطالة، وتقديم الخدمات الصحية والتعليمية والثقافية والرياضية، ورعاية دور الأيتام ودور المسنين، والمحافظة على البيئة[3].

وفي إطار توجه منظمات الأعمال نحو تبني المسؤولية الاجتماعية، فإنها تنطلق للقيام بذلك من خلال تبنيها لإحدى الاستراتيجيات الأساسية للتعامل مع المسؤولية الاجتماعية، حيث تتفاوت تلك الاستراتيجيات بين رفض تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية بشكل قاطع إلى المبادرة الطوعية، وهناك أربع استراتيجيات يتم تبنيها لممارسة المسؤولية الاجتماعية، والإسهام في الإنفاق على الأنشطة الاجتماعية، وهي[4]:

(1) Shaw, W. H., **Business Ethics,** USA: Thomson Wadsworth, 2008, 180.

(2) Weiss, J. W., **Business ethics,** USA: Thomson, 2006, p175.

(3) العامري والغالبي، مرجع سابق، 2008، ص65.

(4) Williams, C., Management. USA: South-western college publishing, 2002, p99.

- **استراتيجية الممانعة أو عدم التبني:** تهتم هذه الاستراتيجية بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال دون تبني أي دور اجتماعي؛ لأن هذه المنظمات تركز على تعظيم الربح والعوائد الأخرى.
- **الاستراتيجية الدفاعية:** تعني القيام بدور اجتماعي محدود، وبما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة، من أجل حماية المنظمة من الانتقادات وبالحد الأدنى.
- **استراتيجية التسكين:** تسهم المنظمة في الأنشطة الاجتماعية من خلال تبني الإنفاق على الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الاقتصادية والأخلاقية والقانونية.
- **استراتيجية المبادرة الطوعية:** تتبنى المنظمة دور اجتماعي واسع، وتأخذ مصلحة المجتمع وتطلعاته في كل قرارات المنظمة.

خامساً. حقوق الإنسان ومسؤولية الشركات الاجتماعية

Human Rights & Corporate Social Responsibility

هناك صلة قوية تربط بين حقوق الإنسان والعمل التجاري، وأقرت لجنة حقوق الإنسان في دورتها الستين مسؤوليات الأعمال التجارية عن حقوق الإنسان، وبالإضافة إلى ذلك، فإن قانون حقوق الإنسان واضح بشأن مسؤولية الجهات غير الحكومية (الشركات) لتطبيق حقوق الإنسان ضمن نطاق سيطرتها ونفوذها، ويغطي كلاً من عمليات هذه الشركات والمجتمعات التي تعمل فيها.

ويذكر نص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان بأن "كل فرد وكل عضو في المجتمع ملزم بدعم الحقوق الواردة فيه، وقد تم الاستعانة بالقانون الدولي لكشف الشركات التي تخرق المقاييس والأعراف العالمية".

لقد شهد العقد الأخير نموًا هائلاً في اهتمام القطاع الخاص بحقوق الإنسان، ولم يأت هذا بدافع من مؤسسات المجتمع المدني، والقطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية والحكومات؛ بل شمل أيضًا الأمم المتحدة، ولم يقتصر الأمر على ميثاق الأمم المتحدة؛ والذي يهدف لتشجيع الشركات على تبني سياسات مسؤولة اجتماعيًا، بل إن الهيئة المنبثقة عن الأمم المتحدة لتعزيز وحماية حقوق الإنسان قد تبنت قرارًا تضمن مسودة مبادئ عن مسؤوليات الشركات المتعددة الجنسيات وغيرها من الشركات فيما يتعلق بحقوق الإنسان، والتي تحدد فيه مسؤوليات الشركات تجاه حقوق الإنسان والعمال.

وهناك اهتمام عالمي متزايد لميثاق الأمم المتحدة العالمي، والذي يدعو إلى مسؤولية مشتركة بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص عن حقوق الإنسان، وكذلك حقوق الإنسان والمقاييس البيئية، إذ يضم هذا الميثاق في عضويته أكثر من 5100 شركة، إضافة إلى جهات مشاركة من أكثر من 130 دولة، والذي يجعل هذا الميثاق أكبر مبادرة لمسؤولية الشركات وثباتها في العالم، وهذه المبادرة مهمة لأنها تستمد قوتها من الأمم المتحدة على حد وصف أيرين خان الأمين العام لمنظمة العفو الدولية، الذي قال: "إن الميثاق العالمي مبادرة رائدة ومهمة من الأمم المتحدة، ومبادرة شجاعة، إذ تدخل الأمم المتحدة في مجالات غير مألوفة لها". وبالنسبة للشركات أيضًا فإن هذه المبادرة تشكل طريقة جديدة للتفاعل مع العديد من الأطراف المهمة مثل مؤسسات المجتمع المدني وفهم دورهم في المجتمع، ويحمل الميثاق الجديد إمكانيات كبيرة لتعزيز مسؤولية الشركات الاجتماعية، ومن ضمنها حماية حقوق الإنسان.

بيد أن هذا الميثاق الجديد يواجه بعدد من الانتقادات؛ إذ يمكن أن يستخدم كغطاء للشركات لتروج لنفسها على أنها أخلاقية بينما يهمل

المتطلبات الأساسية للميثاق، وقد تعرض المدير التنفيذي لمنظمة هيومان رايتس واتش كينيث روث لهذه الهفوات قائلا: "هناك ثلاثة معوقات تهدد تنفيذ الميثاق بفعالية: نقص المعايير القانونية اللازمة لتطبيقه، ونقص آليات الرقابة على التطبيق وعدم وضوح معنى المعايير ذاتها".

سادسًا . المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات

Social Responsibility on Multinational Corporation

مع اتساع مفاهيم العالمية، رأينا أن الشركات الدولية متعددة الجنسيات أصبحت تغزو كافة بقاع العالم، من خلال عمليات الاستثمار، سواء المباشر أو غير المباشر؛ ما تطلب من إدارة هذه الشركات تفهم البيئات المختلفة التي تعمل فيها: اجتماعيًا وقيميًا وأخلاقيًا وسياسيًا وثقافيًا واقتصاديًا، وهذا ما جعلها تواجه العديد من التحديات مثل: النظر إليها كشركات احتكارية واستغلالية ومتجاوزة للقوانين فيما يتعلق بتوفير السلامة المهنية، وإسهامها بالفساد وخرق القيم والعادات والتقاليد إضافة إلى إسهامها بالتلوث من خلال دفن نفاياتها وخاصة النووية.

لذلك، فإن الأمر يتطلب محاسبة هذه الشركات وفق مؤشرات محددة، وقد ظهرت محاسبة المسؤولية الاجتماعية كمحصلة للضغوط التي عمت الدول الصناعية من قبل المعنيين بالبيئة وحقوق الإنسان وأطلق عليها المحاسبة الاجتماعية أو المحاسبة الاجتماعية للشركات، والتي تقوم على وجود التزامات لهذه الشركات تجاه المجتمع الذي تعمل فيه،ومحدودية الموارد المتاحة للمجتمع وعدم وجود موارد مجانية، وأن من حق المجتمع على الشركة الاطلاع على ما تقوم به استنادًا إلى مبدأ الإفصاح المحاسبي من قبل المحاسبين، ما يتطلب أيضًا دعوة جادة إلى توسيع حدود الإفصاح عن المعلومات المحاسبية.

وتستهدف الشركات من خلال الإفصاح عن المحاسبة إلى تحسين العلاقة مع المحيط وزيادة مصداقيتها، وتحسين العلاقة مع الدولة والإسهام في إظهار أهمية الأداء الاجتماعي، وهناك العديد من أوجه المحاسبة المستخدمة لقياس الأداء الاجتماعي والبيئي من قبل الشركات، وجرى تطوير النماذج المتبعة في المحاسبة وفق اعتبارات الشركات وقطاعاتها الصناعية المختلفة، وقطاعات الخدمات مثل التعليم والصحة، وتتحمل الشركة نفقات البرنامج بالكامل تساندها بذلك الحكومة من خلال الإعفاءات الضريبية أو تقديم المعونات المالية.

وعند التعمق في موضوع المسؤولية الاجتماعية، نجد أن هناك ضرورة لوجود علاقة إيجابية بين قيام الشركات بمسؤولياتها الاجتماعية وبين أخلاقيات الأعمال إزاء الأطراف الأخرى، ويبدو أن النزوع إلى الجانب الأخلاقي والاهتمام بالسلوكيات الأخلاقية قد سبق كثيرًا جانب التفكير بتحمل المسؤولية، وفي هذا الإطار فإن المسؤولية الاجتماعية تطورت في الشركات في بداية الأمر من المصلحة الخاصة لهذه المنظمات؛ وليس في أطار تفكير مجرد ومباشر لرؤية أخلاقية للأعمال وتطورها[1].

ويتضح أن الالتزام الأخلاقي بالمسؤولية الاجتماعية متفاوت بين الشركات، فمثلاً نجد شركات تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية بضرورة ملفتة للنظر، بيد أنها لا تعير الجانب الأخلاقي أدنى اهتمام، وهناك شركات تلتزم بالجانب الأخلاقي، دون أن تنتبه إلى المسؤولية الاجتماعية.

ونشير في هذا الصدد أن هناك بعدان للمسؤولية الاجتماعية، الأول هو البعد الرسمي الذي يتم فرضه بقوة القانون مما يجعل الشركات مضطرة للالتزام بما يتوجب عليها فعله، والثاني البعد الأخلاقي الذي يتمثل بالالتزام والمبادرات الطوعية الذاتية، وهنا لا بد من القول أن تمويل

(1) الغالبي والعامري، مصدر سابق، ص 196.

الأنشطة الاجتماعية وتمويل المبادرات يجب أن يكون متوافقًا مع الأخلاق والدين[1].

ويتطلب الأمر كذلك أن لا تجعل الشركات من المسؤولية الاجتماعية والسلوك الأخلاقي منهجًا يتجاوب مع القضايا المطروحة من الفعل والفعل المعاكس فقط، بل يجب أن تكون الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية هما المنطلق الأساس وجزء مهم من استراتيجية الشركة، وأن يتم إظهار مكانة المسؤولية الأخلاقية للشركة.

سابعًا . معايير قياس الأداء في المسؤولية الاجتماعية

تعد مسألة المعايير المناسبة لقياس الأداء الاجتماعي من أصعب المسائل في تقدير فاعلية تلك الأنشطة؛ نظراً للاختلاف في الفلسفات والمنطلقات والأهداف التي تؤثر في الأداء الاجتماعي، ويؤثر في منطلقات تلك المعايير عوامل وطنية أو اجتماعية واقتصادية ومالية تختلف من مجتمع لآخر، ومن منشأة إلى أخرى، ومن أمثلة العوامل الوطنية ما تختاره بعض المؤسسات من تمويل الإنتاج الثقافي عمومًا؛ كإنتاج الأفلام الوثائقية أو الأغاني التراثية حفاظًا على الهوية الوطنية مثلاً في مقاومة رياح العالمية والتغريب، أو لمقاومة التهويد (كما في المجتمع الفلسطيني مثلاً)، ورغم أن هذه العوائد يصعب قياسها؛ إلا أنها تحظى بإجماع كبير بين المعنيين وفي الرأي العام بصرف النظر عن كلفتها الاقتصادية، أما العوامل الاجتماعية فمنها ما يتصل بالحفاظ على تماسك المجتمع بفئاته المختلفة، وتكاد هذه القيمة تشكل قاسمًا مشتركًا لا خلاف حول أهميته رغم وجود الاختلاف حول السبل المؤدية له، أما العوامل الاقتصادية فإن ذلك يتمثل في الاعتراضات الوجيهة أو المتطرفة بشأن القيمة المضافة التي يمكن أن توفرها بعض الأنشطة

(1) عبود، نجم، أخلاقيات الإدارة، عمان، دار الوراق. 2006، ص 49.

بحساب تكاليفها الاقتصادية في ضوء إما وجود بدائل أقل كلفة، أو وجود أنشطة أخرى أكثر نجاعة، وعلى وجه الإجمال، فإن موضوعة محاسبة التكاليف للمسؤولية الاجتماعية تظل تمتاز ببعدها الاجتماعي – الإنساني الذي يظل خاضعًا للاختلاف والتغيير تبعاً للمراحل الزمنية، وتبعاً لخصائص المجتمعات وتحدياتها وتبعاً لطبيعة الأنظمة السياسية والاقتصادية التي تتحكم في مثلها العليا.

وقد وضعت جمعية المحاسبين الأمريكية مجموعة من المعايير عام 1963 ونشرتها عام 1966، لحساب المسؤولية الاجتماعية، وهي كما يلي[1]:

1. معيار الصلاحية: حيث لا بد أن تكون البيانات والمعلومات المحاسبية المتعلقة بالنشاط الاجتماعي وثيقة الصلة بالهدف والارتباط باستخدامه، وضرورة أن تعكس التقارير الاجتماعية الأثر الاجتماعي للأنشطة المطلوب قياس نتائجها لجميع أصحاب المصلحة والأطراف المستفيدة بصورة حقيقية تبعث على الثقة وفي الوقت المناسب، وبشكل يحقق الأهداف المرجوة من إعداد القوائم الاجتماعية الختامية.
2. معيار الخلو من التمييز: ويعني ضرورة تحديد الحقائق والتقارير عنها بنزاهة وتجرد، والاعتماد على طريقة موضوعية للقياس المحاسبي سواء للتكاليف أو للعوائد الاجتماعية.
3. معيار السببية: ويتمثل في ضرورة تبيان أسباب تحقق أو عدم تحقق الأهداف الاجتماعية، حتى يمكن الوصول إلى درجة الإقناع العام وإشباع حاجات طالبي المعلومات الاجتماعية، وكذلك تأكيداً لحق المجتمع في معرفة نتائج النشاط الاجتماعي للمنظمة.

---

(1) سلامة، نبيل فهمي، الإطار العلمي للمراجعة الاجتماعية بهدف قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمنظمات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 1984.

4. معيار التكلفة الاجتماعية التاريخية: ويقابل هذا المعيار (معيار التكلفة التاريخية للنشاط الاقتصادي) في منظمات الأعمال، ويتعرض هذا المعيار للنقد الشديد، غير أن المغزى الحقيقي في هذا المعيار يصعب قياسه لأنه يأخذ بالاعتبار العوائد بعيدة المدى زمنيا للأنشطة الاجتماعية.
5. معيار العائد الاجتماعي: ويمتاز هذا المعيار بصعوبة إخضاعه للقياس (لأسباب نسبية وأخرى زمنية)، ويمكن أن يحل هذا المعيار محل مبدأ (تحقق الإيراد) في مجال المحاسبة المالية، لأنه يتسع ليشمل العوائد الاجتماعية التي لا يوجد لها أسعار محددة أو متفق عليها.
6. معيار مقابلة العوائد الاجتماعية بالتكاليف المسببة لها: ويقابل هذا المعيار مبدأ (مقابلة الإيرادات بالتكاليف) في حالة المحاسبة المالية، ويعني مقابلة العوائد الاجتماعية لكل نشاط اجتماعي تحت كل مجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية بالتكلفة التي أحدثت هذا العائد، وهو يتسع ليشمل الأساليب المستحدثة في قياس العائد الاجتماعي أو التكاليف الاجتماعية.

وثمة معيارين رئيسيين للفكر المحاسبي لتمييز التكاليف الاجتماعية عن التكاليف الاقتصادية، وهما[1]:

1. معيار الهدف من النشاط: ويتمثل في الأهداف غير الإلزامية للنشاط الاجتماعي للمنشأة، وذلك مثل عقد الدورات التدريبية للعاملين أو لأبناء المجتمع المحلي، ومثل هذه الأنشطة هي أنشطة غير إلزامية تهدف المؤسسة من ورائها تحسين صورة المؤسسة لدى العاملين أو لدى المجتمع المحيط.

(1) الساقي وعبد الناصر، مصدر سابق، 2009، ص200

2. معيار الإلزام القانوني: وهو معيار لإلزام المنشأة بالتمييز بين التكاليف الاقتصادية والاجتماعية، فالأنشطة التي يلزم القانون المنشأة بأدائها والوفاء بها لا تكون أنشطة اجتماعية، وتعتبر تكاليف اقتصادية، على اعتبار أن القانون يخضعها للمساءلة القانونية إن لم تفي بها، ومثل ذلك (توفير مواصلات للعاملين، وتوفير الرعاية الصحية، والضمان الصحي، وغيرها)، وهذه الأنشطة على النقيض مما قد تقوم به المنشأة من تعبيد شوارع، وإنارة، وتشجير، وغيرها) فهي بهذه الحالة غير ملزمة لكنها تتحمل جراء ذلك تكاليف في نطاق التكاليف الاجتماعية.

حالة دراسية رقم (3)

شركة Lexmark العالمية لتجهيزات المكاتب والمنازل

نظرة عامة على الشركة:

تقوم شركة Lexmark International, Inc ، والمعروفة اختصارًا في بورصة نيويورك باسم (LXK) بتيسير عملية نقل المعلومات بين مستخدمي التقنية الرقمية ومستخدمي الورق على الشركات والمستهلكين، ومن أجل القيام بذلك، تسير الشركة وفق رؤية بسيطة، وهي:

(العملاء هم حياتنا، لكي نكسب ثقة عملائنا، كان لزامًا علينا الاستماع إليهم وتوقع احتياجاتهم والعمل على رؤية التقدير في أعينهم).

ومنذ بداية عمل الشركة عام 1991؛ كأحد فروع شركة IBM، أصبحت شركة Lexmark مُطوِرًا ومُصنِعًا ومُورِدًا رائدًا لحلول الطباعة والتصوير للمكاتب والمنازل، وتشتمل منتجات Lexmark على طابعات الليزر وطابعات نفث الحبر والأجهزة متعددة الوظائف ومستلزمات الطباعة المرفقة بها بالإضافة إلى الخدمات والحلول.

قدرت Lexmark أرباحها بـ 5 مليارات دولار في عام 2007، وتباع منتجات Lexmark فيما يزيد على 150 دولة في أمريكا الشمالية والجنوبية وأوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا وآسيا ودول المحيط الهادئ ودول الكاريبي.

ويتجه سوق الإنتاج الموزع نحو النمو كما يقدم فرص نمو جذابة، وتحتل Lexmark مكانة فريدة في هذا السوق، وتواصل استمرار تعزيز مكانتها التنافسية من خلال الاستثمارات الاستراتيجية لاغتنام فرص النمو هذه.

تركز الاستراتيجية العامة لشركة Lexmark بشأن الاستفادة من فرص التطور على ثلاثة محاور:

1. توسيع نطاق المنتجات.
2. توسيع نطاق التغلغل في قطاعات السوق.
3. والوعي بالماركة التجارية وتعزيز مكانتها.

تمتلك شركة Lexmark نقاط قوة تنافسية فريدة تدعم مسيرة التطور التي تشهدها، حيث قادت نقاط القوة تلك إلى حصد المركز رقم 370 في قائمة مجلة Fortune لأفضل 500 شركة في الولايات المتحدة لعام 2005، كما صنفتها مجلة Industry Week كواحدة من أفضل 50 جهة مصنعة في الولايات المتحدة في عام 2005.

المسؤولية الاجتماعية للشركة:

تتعهد Lexmark بالعمل كشركة ذات مسؤولية اجتماعية في المجتمع العالمي، ويعني هذا أنها تلتزم تمام الالتزام بالقوانين والقواعد واللوائح التي تضعها الدول التي تعمل بها الشركة.

وتواصل Lexmark أيضًا تقييم ممارساتها العملية باستخدام مبدأ استمرارية العمل مع تحقيق التوازن بين الاحتياجات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للعالم الحالي دون التضحية بفرص الأجيال القادمة.

وما تصبو إليه الشركة هو أن تواصل احترامها لحقوق الإنسان وظروف العمل الآمنة وممارسات العمل السليمة بيئيًا لها وللمؤسسات الأخرى التي تعقد معها شراكات.

وتركز شركة Lexmark على تحقيق المسؤولية الاجتماعية من خلال النقاط التالية:

1. **التضامن المجتمعي:** تسعى الشركة جاهدة لاستيعاب واحترام القيم الثقافية والقوانين السارية في أي مكان تعمل به، وتدعم الشركة

بشكل نشط المبادرات ذات الشأن في هذه المجتمعات التي يعيش ويعمل فيها موظفو الشركة، ويبرز هذا الالتزام جليًا من خلال مساهمة الشركة في تقديم الدعم المالي والتجهيزي والتطوعي، كما تحتفظ الشركة أيضًا بالبرامج التي تحث موظفيها على تدعيم المبادرات التي تعد مهمة بالنسبة لهم كلما كان الأمر ممكنًا.

2. **الأخلاقيات والإدارة الرشيدة:** تتميز الشركة بالهياكل الشاملة للأخلاقيات والإدارة الرشيدة، ويشمل ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، مجلس الإدارة ولجان مجلس الإدارة والبنود واللوائح الداخلية للشركة، كما تطبق الشركة أيضًا بشكل نشط قواعد سلوك العمل لكافة الموظفين من شتى أنحاء العالم مع توفير العديد من قنوات الاتصال والتي من خلالها يمكن للموظفين، بموجب القانون المحلي، الإبلاغ عند حدوث انتهاكات لهذه القواعد.

3. **التنوع:** تحرص الشركة على تقدير واحترام الفروق الفردية لموظفيها وعملائها وشركائها، كما تلتزم بتحقيق تنوع في قوة العمل لديها في شتى أنحاء العالم، وتؤمن الشركة أن تنوع قوى العمل يمنح الموظفين مكانًا أفضل للعمل، كما يمنح الشركة ميزة عمل تنافسية، وتسعى الشركة جاهدة من وراء إيجاد البرامج المُصممة وتطبيقها إلى تعزيز الاحترام المتبادل وتحقيق النجاح الشخصي وتطبيقها، كما تسعى إلى أن تحقق وراء استفادة كل فرد من تلك البرامج.

4. **المسؤولية البيئية:** تبذل Lexmark جهودًا كبيرة لتطبيق الممارسات البيئية الرائدة في الصناعة، وليس فقط ما يتعلق بمنتجات الشركة، بل يمتد ذلك أيضًا ليشمل كل ما تقوم به في كل مكان في العالم، وترتكز هذه الجهود من خلال "البرنامج البيئي الخاص بشركة Lexmark"، والذي يرتكز على ثلاثة محاور رئيسية وهي:

1. طريقة تصميم المنتجات والخدمات.
2. طريقة إدارة الموارد.
3. الطريقة التي يعيش ويعمل بها الموظفون.

5. **الصحة والأمان:** تتبنى الشركة مبدأ تعزيز جودة المنتجات والخدمات وتوافق الإنتاج ورفع معنويات العاملين من خلال توفير بيئة عمل آمنة وصحية، وتحرص الشركة على تطبيق برامج الصحة والأمان في مؤسساتها حول العالم، كما تقدم يد العون لمورديها رفيعي المستوى من أجل تطوير البرامج الملائمة لمؤسساتها.
6. **حقوق الإنسان ومعايير العمل:** تلتزم الشركة بتدعيم حقوق الإنسان للعاملين والتعامل معها بتوقير واحترام وفقًا لمعايير المجتمع الدولي، وينطوي تعهد الشركة على الالتزام والاعتراف بأهمية المعايير المتعلقة بالتوظيف المختار بحرية، وعمل الأطفال والتمييز والمعاملة القاسية أو غير الآدمية وتدني الأجور وساعات العمل والحرية النقابية.



الفصل الثامن
المسؤولية الاجتماعية للبنوك
Social Responsibility of Banks

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكِّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنوك
2. بيان دور المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية
3. توضيح المقصود بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في البنوك
4. تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية
5. توضيح آراء وتوجهات حديثة حول المسؤولية الاجتماعية للبنوك
6. شرح نماذج من برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية
7. استعراض بعض تجارب البنوك الإسلامية في مجال المسؤولية الاجتماعية

الفصل الثامن

المسؤولية الاجتماعية للبنوك

Social Responsibility of Banks

المقدمة Introduction

استنادًا للتعريف الذي قدمه "مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة" للمسؤولية الاجتماعية باعتبارها تعني: "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل"، فإن المسؤولية الاجتماعية بهذا المعنى تعد إحدى أهم مجالات أنشطة البنوك، إذ إنها الجسر الذي تؤدي من خلاله البنوك واجبها نحو المجتمع للمشاركة في مكافحة الفقر وتوزيع الثروة والإسهام في نشر العدالة.

يهدف هذا الفصل إلى توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنوك، وبيان دور المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، وتوضيح المقصود بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في البنوك، وتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية، وتوضيح آراء وتوجهات حديثة حول المسؤولية الاجتماعية للبنوك، وشرح نماذج من برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية.

أولاً . مفهوم المسؤولية الاجتماعية للبنوك

بعد ازدياد أهمية المصارف بالنسبة للمجتمع؛ نظرًا لدورها المتعاظم في الحياة اليومية؛ فقد ظهر الاتجاه التجديدي الذي يهتم بتوفير المتطلبات الاجتماعية التي خلقتها ظروف العمل، وأصبح هذا الاتجاه من الضرورة بمكان بسبب زيادة معدلات سعر الفائدة على عمليات الائتمان المصرفي والقروض الأخرى مقابل الارتفاع النسبي لسعر الفائدة على كافة أنواع الفوائد، ما دعا إلى ضرورة وجود استثمارات تؤدي في نهاية المطاف إلى خدمة البنية الاقتصادية والاجتماعية بعيدًا عن أسعار الفائدة، وأن تجعل من اعتبارات الربح ذات صبغة اجتماعية، ليكون العائد الاجتماعي أحد دوافع القرارات الاستثمارية، ونستطيع القول أن المطلوب في هذا العصر هو ارتباط الاستثمار بالتنمية.

وهذه النظرة للأمور تفسر قيام المصارف الإسلامية بإلغاء مبدأ الفائدة[1]، ذلك أن المصارف التقليدية والتجارية منها تقدم قروضها مقابل فوائد محددة ومضمونة، لزيادة رأسمالها دون تعرضها للخسارة؛ ما يجعلها تفقد دورها الاجتماعي الايجابي، وتتقمص دور المرابي[2].

وتمثل المراجعة عن المسؤولية الاجتماعية أحد الاتجاهات الحديثة، إذ أن الأساليب القديمة للمراجعة لم تعد كافية لتقييم نشاطات هذه البنوك، نظرًا لطبيعتها ودورها، وقد احتل نظام المراجعة عن المسؤولية الاجتماعية الصدارة للإفصاح عن الأداء الاجتماعي واستجابة هذه البنوك لما تتطلبه المسؤولية الاجتماعية.

ويمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للبنوك بأنها: التزام البنك بالمشاركة في بعض الأنشطة الاجتماعية للأطراف التي ترتبط به وتتأثر

---

(1) الهواري، سيد، ما معنى بنك إسلامي؟ القاهرة، اتحاد البنوك الإسلامية، 1982، ص30.

(2) عبده، محمد، موارد الشعوب، القاهرة، دار الاعتصام، 1977، ص14.

بأنشطته بشكل مباشر، ما يعني ضرورة التزام البنك بالمحافظة على عملائه وموظفيه بشكل أساس، إضافة إلى ضرورة مساهمته في تحقيق رفاه المجتمع عمومًا. ويكون البنك مسؤولاً من الناحية الاجتماعية عن عملائه عندما يراعي الجوانب والأبعاد الأخلاقية في تعامله معهم، إذ ينبغي أن يتعامل البنك بشكل عادل مع الجميع، وأن يمنح للناس الحقوق والواجبات نفسها بصرف النظر عن الجنس أو اللون أو المركز الاجتماعي، وأن يكون أمينًا ومخلصًا لهم، ويحافظ على سرية المعلومات الخاصة بالعملاء، ويوفر أجواء من الثقة في التعامل معهم، وأن يكون شفافًا، وعندما يراعي البنك هذه الجوانب في تعامله مع عملائه؛ فإنه يكون قد حقق قدرًا كبيرًا من مسؤوليته الاجتماعية تجاههم.

ثانيًا . المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية

يبلغ عدد البنوك الإسلامية في العالم الإسلامي 50 بنكا إضافة إلى العديد من الفروع الإسلامية للبنوك التقليدية، وكما هو معروف فان البنوك الإسلامية بنوكًا حديثة، وما تزال تواجه بعض الصعوبات في عملها وخاصة نشاطها التكافلي والاجتماعي، ما ينعكس سلبا على أدائها.

تشير المسؤولية الاجتماعية للبنك الإسلامي إلى الالتزام بالمشاركة في بعض الأنشطة والبرامج والأفكار الاجتماعية لتلبية المتطلبات الاجتماعية للأطراف المرتبطة به والمتأثرة بنشاطه سواء بداخله أو خارجه، بهدف رضا الله والعمل على تحقيق التقدم والوعي الاجتماعي للأفراد بمراعاة التوازن وعدالة الاهتمام بمصالح مختلف الفئات، ويشر هذا المفهوم للمسؤولية الاجتماعية للبنك الإسلامي إلى أن هناك أربعة أركان لتلك المسؤولية تتمثل في[1]:

---

(1) المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح، المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية، الطبعة الأولى، القاهرة: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1996، ص33.

1) التكليف بالمسؤولية، ويشير هذا الركن إلى مصدر التكليف، وهو اللّٰه سبحانه وتعالى، فالإحساس بالمسؤولية الاجتماعية للبنك الإسلامي يصدر عن إيمان أفراد البنك بمسؤوليتهم في تحقيق الأهداف التي أمر بها اللّٰه سبحانه وتعالى، وذلك بتيسير تداول الأموال والانتفاع بها وتحريكها وتوظيفها في خدمة الأفراد والمجتمع في الأنشطة التي أحلها اللّٰه.

2) دافعية الالتزام ومبادئ التطبيق، يعني هذا الركن التزام البنك بأداء دوره الاجتماعي في المجتمع من خلال وفائه بمسؤوليته الاجتماعية في المجالات المختلفة تجاه الأطراف المتعددة سواء داخل البنك أو خارجه.

3) مجالات المسؤولية الاجتماعية، تساعد طبيعة عمل وعلاقات البنوك الإسلامية على تعدد الأنشطة والبرامج الاجتماعية التي يمكن أن يفي البنك من خلالها بمسؤوليته الاجتماعية.

4) التقييم والجزاء، ويكون الجزاء بناءً على مدى التزام البنك الإسلامي في الوفاء بمسؤوليته الاجتماعية، وانتهاج المنهج الذي خطه مصدر التكليف.

تتجسد المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية في البعد الاجتماعي، وذلك بدعوة تلك المصارف لعملائها للمشاركة في نشاطاتها المختلفة، كما أنها تقوم بمشاركتهم في أنشطتهم استنادًا إلى الشريعة الإسلامية[1]. وتهدف من وراء ذلك إلى مضاعفة المردود الاجتماعي، حيث أنها مؤسسات اقتصادية ربحية، إلى جانب إيمانها بارتباط الربح بالجهد الإنساني، ويستدعي ذلك إيجاد نظام محاسبي يراقب نشاطات هذه المؤسسات ويحكم على ممارساتها العملية.

---

(1) الشرع، مجيد، المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية، عمان، دار وائل للنشر، 2004، ص15.

وتستخدم البنوك الإسلامية عدة منتجات للوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية؛ مثل التبرع والقرض الحسن وتمويل الحرف الصغيرة والمتوسطة وتمويل الخدمات الصحية والتعليمة ودعم الهيئات الخيرية والدينية وإدارة أموال الزكاة جمعًا، وتوزيعًا. وبالتالي؛ فإن توسع الصناعة المالية الإسلامية لا يعد نجاحًا كاملاً ما دامت تلك الصناعة لا تهتم الاهتمام الكافي بما يعرف اليوم بالمسؤولية الاجتماعية.

وقد وصفت الدراسة المصرية لإقامة نظم العمل في البنوك الإسلامية التي قدمت إلى مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الذي عقد بمدينة جدة عام 1972 أن أصحاب الفائدة قد اتخذوها سلاحًا لاستغلال جانب الايجابية بالتدريج من نفوس المسلمين، لذا، فإن المصرف الإسلامي الذي بات ضمانة ضد الانهيارات، وتعتمده جهات غربية، يعمل لخلق مستثمرين ايجابيين لا تشكل الفائدة بالنسبة لهم محفزًا[1].

كما أن هذه المصارف تعمل أيضًا على الاستجابة لمتطلبات كل من يتعامل معها؛ سواء كانوا متعاملين أو مستثمرين أو حتى المجتمع، ما يتطلب منها أن تتحول إلى جهة جاذبة للأموال لاستغلالها وفق مقاصد الشريعة الإسلامية؛ والتي يصنفها أبو اسحق الشاطبي إلى: المقاصد الضرورية، والمقاصد الخارجية، والمقاصد التحسينية[2].

وبحسب ذات الموسوعة السابق ذكرها؛ فان البنوك الإسلامية تحقق الحاجة الاجتماعية، لأن منح القروض بدون فائدة يحارب التضخم ويؤدي إلى زيادة إنتاج السلع الضرورية، كما أن هذه المصارف ترى أن الاستثمار هو تنمية المجتمع عكس ما تراه البنوك التقليدية، لذلك نراها تركز في مخططاتها الاستثمارية على جودة الخدمة وأهداف التكامل الاجتماعي.

(1) الدراسة المصرية المقدمة لمؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية، جدة، 1972، ص59.

(2) موسوعة الاستثمار- البنوك الإسلامية، الجزء الأول – فتاوي الشبكات الإسلامي، الرياض، مركز الفتوى، 1999، ج 1، 10.

يهدف الأساس الاستثماري في المصارف الإسلامية إلى تعظيم الثروة وليس تعظيم الربح، وبالتالي تمتنع المصارف الإسلامية عن الأنشطة التي تستغل حاجات المجتمع وتحتكر السلع والخدمات، بل تسعى إلى تحقيق الاستقرار السوقي وتوفير السلع الأساسية اللازمة، إضافة إلى تمويلها للتجارة الداخلية والنشاط الإنتاجي.

يتضح مما تقدم أن المصارف الإسلامية تجمع في استثماراتها بين المردودين المادي والاجتماعي؛ ووفق دراسة شاملة ودقيقة للاستثمار البديل القائم على التنسيق والتعاون التامين بين كافة أنواع الأنشطة بوجود الأطراف المعنية، ليكون الأداء ناجمًا عن اقتناع، انطلاقًا من الآية الكريمة" **فبما رحمة من الله لنت لهم، ولو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك، فأعف عنهم واستغفر لهم، وشاورهم في الأمر**" صدق الله العظيم[1].

وبالنظر إلى استثمارات المصارف الإسلامية، نجد أنها تهدف إلى تحقيق أربعة أهداف هي:

1. تشجيع التعامل مع أصحاب المهن والحرف وصغار التجار.
2. ترشيد النفقات وذلك بعدم التعامل بالفوائد الربوية التي تؤدي إلى تضخيم التكاليف وارتفاع الأسعار.
3. محاولة تحقيق التعاون المالي والتجاري والاستثماري بين الدول العربية والإسلامية.
4. تشجيع اليد العاملة على كسب الحلال والمساعدة على إيجاد مستلزمات الحياة بأسعار معتدلة، وبذلك يتوقع أن تحدث هذه المصارف تغييرًا جوهريًا على كافة العمل المصرفي ومن ضمنه المصارف الاستثمارية.

---

(1) سورة آل عمران، الآية 159.

تبين من خلال الدراسات الحديثة أن التنمية يجب أن تقترن بالأبعاد الاجتماعية والاقتصادية، وهذا من صلب رسالة المصارف الإسلامية، ويستند الباحثون في ذلك على قيام الرسول الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم ببناء مؤسستين فور وصوله إلى المدينة مهاجرًا من مكة، وهما: المسجد والسوق، ولا شك أن العائد الاجتماعي الذي تحققه المصارف الإسلامية يعد مؤشرا لاتخاذ القرارات التنموية، ويأخذ بالحسبان الانتعاش الاقتصادي بكافة جوانبه ومنها الأيدي العاملة وتحقيق الأهداف الاجتماعية.

ثالثًا . المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في البنوك

بدأ الكشف عن الأصالة التاريخية في الفكر المحاسبي في أوائل سبعينيات القرن المنصرم من جانب المحاسبين، وتطلب الأمر قيام المنشآت المالية تغيير سياستها التشغيلية، من خلال الأخذ بعين الاعتبار التأثيرات البيئية على النشاط بمجمله، ونعني بالبيئة هنا التأثيرات المحيطة وظروف العمل.

وشهدت تلك الفترة تشكيل لجان خاصة لدراسة المحاسبة الاجتماعية، حيث بدأتها جمعية المحاسبين الأمريكيين (AAA) عام 1973، وقدمت اللجنة تقريرها بذات العام حول تأثير البيئة على سلوك "المشروع"، إضافة إلى تقرير آخر عام 1975 عن التكاليف الاجتماعية، وتقرير ثالث عام 1976 عن المحاسبة في الأداء الاجتماعي[1].

تفيد النظرة الحديثة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية أن الازدهار مرتبط بالأمن، بمعنى أنه لا نمو اقتصادي في ظل توتر مجتمعي، لأن المطلوب من المشروع، أيًا كان نوعه، الإسهام في خلق رفاهية مجتمعية، وأن يلبي

(1) الهواري، سيد، **ما معنى بنك إسلامي؟** القاهرة، اتحاد البنوك الإسلامية، 1982، ص15.

احتياجات المجتمع ويسهم في حل مشاكله، وكذلك تحسين ظروف العاملين، وتشجيعهم على أداء المطلوب منهم على نحو يخدم الهدف المنشود.

وانطلاقًا من ذلك تعرف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بأنها: "نظام معلومات للقياس والتقدير عن مجموعة الأنشطة التي تضطلع بها المشروعات التي تفي بالاحتياجات الاجتماعية سواء كانت هذه الاحتياجات لا تعود على المشروع بالفائدة الاقتصادية أو كان الاضطلاع بها اختياريًا أو إجباريًا، ومعرفة المنافع الاجتماعية من هذه الأنشطة؛ سواء كانت خارجية كالبيئة مثلاً، أو داخلية كالمنافع التي تعود على العاملين وغيرهم، بحيث يمكن إجراء موازنة بين التكاليف والمنافع لمعرفة صلاحية استمرار المشروع"[1].

ويمكن الاسترشاد بعدد من الأساليب لقياس التكاليف الاجتماعية مثل تكاليف المنع، التي تعني المبالغ المصروفة لتجنب الأضرار، كما هو الحال في مشروع منع التلوث على سبيل المثال، وكذلك تكاليف التصحيح، وهي المبالغ التي يتحملها المشروع لتصويب الأوضاع أو إيجاد البدائل اللازمة وتعويض ما فقده المجتمع المحلي إثر نشاط المشروع، كما هو الحال في مشروع مكافحة تلوث المياه بسبب نشاط المشروع[2].

رابعًا- أبعاد المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية

وتعرف جمعية المحاسبين الأمريكيين (.A.A.A) المراجعة بأنها: "عملية منظمة ومنهجية، لجمع وتقييم الأدلة والقرائن بشكل موضوعي، والتي تتعلق بنتائج الأنشطة والأحداث الاقتصادية لتحديد مدى التوافق والتطابق بين هذه النتائج والمعايير المقررة، وتبليغ الأطراف المعنية بنتائج المراجعة،

(1) الشرع، مجيد، مرجع سابق، 2004، ص45.

(2) عبد العزيز، جلال عبد الفتاح، المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للمشروع، المجلة العلمية لكلية تجارة الأزهر، القاهرة 1981 ص101.

وتتطلب العملية التأجيل العلمي لمفهوم المراجعة الاجتماعية، وارتباط ذلك بمفهوم المصرف الإسلامي تحديدًا، وكذلك نظم الرقابة في المصرف الإسلامي بين الشريعة والعرف المحاسبي، كما يتطلب الأمر الوقوف على نظم الرقابة في المصرف الإسلامي التي تتبعها المؤسسة لحماية أصولها، ولا بد هنا من الفصل بين المسؤوليات وتعيين موظفين أكفاء والاختيار المناسب لشغل الوظيفة.

تتسع خارطة النشاط الاجتماعي والتكافلي للبنوك الإسلامية لتشمل الزكاة والضرائب، فقد جعل الإسلام الوظيفة الاجتماعية هي الوظيفة الرئيسية لبيت المال والدولة كلها بجميع أجهزتها، وينطبق هذا المبدأ أيضًا على البنوك الإسلامية، فلكل بنك إسلامي طابع اجتماعي واضح، وعلى كل بنك أن يضمِّن نظامه الأساسي وظيفته الاجتماعية لأنه بنك اجتماعي، وتتشكل الموارد التكافلية والاجتماعية من أموال الزكاة وأموال الخيرات بأنواعها من هبات ووقف وتبرعات يتم تقديمها من أفراد أو مؤسسات، ويتم صرفها في مصارفها الشرعية وضمن المحددات المنصوص عليها في القرآن الكريم.

خامسًا - آراء وتوجهات حديثة حول المسؤولية الاجتماعية للبنوك

أجريت العديد من الدراسات حول المسؤولية الاجتماعية للبنوك عمومًا، نستعرض أهمها فيما يلي:

أجرت (الطاهر، 2010)[1] دراسة استطلاعية على 220 شركة مسجلة في سوق عمان المالي لاستطلاع آراء إداراتها حول المسؤولية الاجتماعية للشركات، واشتملت العينة على 13 بنكًا، وتوصلت الباحثة إلى أن 77٪ من مدراء البنوك المستطلعة آراءهم يرون أن المسؤولية الاجتماعية تعني

(1) الطاهر، مي عصام، مساءلة منظمات المجتمع المدني ... بين شرط الضرورة والكفاية، جريدة الغد، الأردن: 2011/07/25.

"خدمة المجتمع ككل"، ما يعني أن هناك نظرة شمولية صحيحة لنطاق المسؤولية الاجتماعية، تجاه الخدمة الطوعية الموجهة للمجتمع ككل، في حين أفاد 71٪ من العينة المدروسة أن المسؤولية الاجتماعية تمثل الالتزام بالقوانين المعمول بها مثل قوانين الشركات والبيئة والعمل.

وبينت الباحثة في استطلاعها أن 92٪ من البنوك تهدف إلى إرضاء الزبائن عن طريق سرعة الانجاز، بينما تهدف نسبة 77٪ من البنوك إلى تحسين المزايا المادية والمعنوية للموظفين. كما أفادت نسبة 54٪ من البنوك أن هدفهم هو حماية صغار المساهمين في برامجهم الاجتماعية، وهذا مؤشر ايجابي حول التزام إدارات البنوك بمعايير وأسس حاكمية الشركات، وأفاد 54٪ من مديري البنوك المستطلعة أن الرؤية العامة للبنك تتضمن برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنفذها البنوك، وأفاد 46٪ من هؤلاء أن فلسفة البنك وثقافته تشتمل على المسؤولية الاجتماعية.

وحول دوافع العمل في مفهوم المسؤولية الاجتماعية، أفاد 69٪ من البنوك المستطلعة أن القناعة الشخصية والمعتقدات الدينية والأخلاقية للمسؤولية فيها هي أهم القوى والدوافع المحفزة على الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، وأفاد 61٪ من البنوك المستطلعة أن اختيار الفئة المستهدفة تأتي وفق معايير مدروسة.

وبينت الدراسة أيضًا أن البنوك تتطلع إلى تقوية العلاقات العامة لها، أي أنها تهدف إلى زيادة المبيعات، وتحسين ولاء الموظفين، ما يدلل على أن قطاع البنوك يعد من القطاعات الرائدة في موضوع المسؤولية الاجتماعية من حيث فهم طبيعتها، وتنفيذها، ولعل ما يؤكد تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو أن البنوك وبعض الشركات الأردنية بدأت بطلب الاستشارة في موضوع المسؤولية الاجتماعية، ووصل الأمر إلى توقيع عقود مع الشركات الاستشارية مثل التسويق أو الإعلام أو الاتصال أو التدريب أو

العلاقات العامة، وفي هذا الإطار أوضحت الدراسة أن موضوع الاستشارة مضى عليه عقد من الزمن في الغرب، ومع ذلك يظهر في الأردن توجهًا رياديًا بدليل ظهور بيوت الخبرة المتخصصة التي تقدم المساعدات للبنوك من اجل تصميم سياساتها الاجتماعية وصياغة برامجها الاجتماعية المتماسكة المستدامة التي تشكل هوية معينة للبنك وتترافق مع اسمه وتصبح علامة مميزة له.

كما بينت الدراسة أن هناك نظريتان في هذا المجال الأولى تؤيد التنوع في أشكال ونوعية المشاريع الاجتماعية التي يطلقها البنك وتعمل على تغيير الفئات المستهدفة في كل مرة، والثانية تؤمن بالتركيز على تبني منحى اجتماعي محدد، والتركيز عليه سنة بعد أخرى.

وفي تحقيق أجراه (المرشد، 2008)[1] ونشرته جريدة الرياض في 12 كانون ثان 2008، حول المسؤولية الاجتماعية للشركات تساءل الكثير من المستطلعة آراؤهم عن دور البنوك السعودية في مجال المسؤولية الاجتماعية، التي تحقق أرباحا عالية، لكنها لم تقم ببناء مستشفى أو مدرسة.

وهنا يتعجب الأمين العام التنفيذي المساعد بالغرفة التجارية الصناعية في الرياض عبد الملك السناني من تنازل الثري العالمي المعروف بيل جيتس عن جل ثروته للمؤسسة الخيرية التي أنشأها لمحاربة الفقر والمرض في العالم الثالث، ودعم أصدقائه الأثرياء له وفي مقدمتهم وارين بوفيث الذي قدم ثلاثين مليار دولار للمؤسسة، وهذا يعيدنا إلى ما يزخر به تاريخنا الإسلامي من نماذج غير مسبوقة من المحسنين الذين قدموا كل ثرواتهم لله ولرسوله الكريم صلى الله عليه وسلم وفي مقدمتهم أبو بكر الصديق وعثمان بن عفان رضي الله عنهما، وتضمن التحقيق الذي أجرته صحيفة

(1) المرشد، عبد الرحمن، المسؤولية الاجتماعية للشركات، جريدة الرياض السعودية، تحقيق بتاريخ 12- 1/2008.

الرياض الدعوة إلى الإسهام في تحقيق "السلام الاجتماعي" لإنقاذ البعض من الإفلاس المدني وحمايتهم من السجون وتجنيب أسرهم السقوط.

وبين التحقيق وجود فجوة بين تطبيقات العقود المالية الإسلامية في العصر الحديث، حتى وإن صح تطبيقها، وواجبات المؤسسات المالية الإسلامية، إذ أن هناك عددًا من مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية بحاجة إلى توضيح يتسم بقدر كبير من الشفافية والدقة؛ نظرًا لاختلاف فلسفة النظام الاقتصادي الإسلامي عن فلسفة النظام الرأسمالي الذي تعمل فيه المؤسسات المالية الإسلامية، ورفض التحقيق فكرة أن المسؤولية الاجتماعية تعني العمل الخيري، وفي هذا السياق فإن المسؤولية الاجتماعية وفقًا للمعايير العالمية تمتد لتشمل التزام المؤسسات بمراعاة هموم واهتمامات الجوانب الاجتماعية والبيئية والاقتصادية ضمن ما يعرف بمفهوم الحد الثلاثي الأدنى من المسؤولية.

سادسًا. برامج المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية

أصبحت البنوك الإسلامية تولي عناية كبيرة للخدمات الاجتماعية، ويبرز هذا التوجه من خلال تقنين العمل الاجتماعي، ومن أمثلة ذلك إصدار هيئة المحاسبة والمراجعة مؤخرا لثلاثه عشر معياراً معيار تعالج المسؤولية الاجتماعية، مثل التزامات الشركاء (العملاء) ورفاه العاملين، والصدقات، والبيئة[1].

ويعد الاهتمام بالخدمات الاجتماعية واجبًا أخلاقيًا، لكنه أيضًا أحد وسائل تحسين الإنتاجية وتعظيم الأرباح؛ فقد دلت الأبحاث العلمية أن البنوك الأكثر إرهافًا في حساسيتها لبيئتها الاجتماعية قد استطاعت أن

(1) Zubair, Hasan, Islamic Finance: Structure- Objective Mismatch & its consequences, University Library of Munich, German, 2010.

تكون أكثر ربحية في الأجل الطويل، ومسؤولية البنوك الإسلامية في هذا المجال أكبر.

وتشيرالمسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية إلى التزام البنك الإسلامي بالمشاركة في بعض الأنشطة والبرامج والأفكار الاجتماعية لتلبية المتطلبات الاجتماعية للأطراف المترابطة به والمتأثرة بنشاطه؛ سواء بداخله أو خارجه، بهدف رضاء الله والعمل على تحقيق التقدم والوعي الاجتماعي للأفراد بمراعاة التوازن وعدالة الاهتمام بمصالح مختلف الفئات[1]، وعمومًا هناك متطلبات أساسية لنجاح البنوك الإسلامية في أدائها لمسؤوليتها الاجتماعية، حيث أن نجاح البنوك الإسلامية في أداء وظيفتها في دعم التنمية وتحمل مسؤوليتها الاجتماعية يتطلب تلبية مجموعة من الشروط منها[2]:

- ضرورة التزام البنك الإسلامي التزاماً كاملاً بأحكام الشريعة الإسلامية قولاً وعملاً، شكلاً ومضموناً، والتزامه بمبادئ الإسلام في تكوين رأس ماله، وفي انتقائه للعاملين به، وتنظيماته ولوائحه، وفي طريقة تعبئته لموارده، وفي طريقة وأساليب توظيفه لأمواله.
- التحري الدقيق في اختيار قيادات البنك بما يضمن أن تكون هذه القيادات نماذج حية للشخصية المسلمة الواعية، والمؤمنة بقضيتها.
- الوضوح الفكري لمهمة ووظيفة البنك الإسلامي لدى كل العاملين في البنك من الإدارة العليا إلى أدنى مستوى تنفيذي.
- توفر الوعي الاستراتيجي لدى قيادات البنك بالقدر الذي يقابل عظمة المهمة التي يقومون بها.

---

(1) المغربي، عبد الحميد، والشربيني، صفاء ، الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية. الرياض، المعهد الإسلامي للتنمية، 2010، ص 420.

(2) المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، النشرة الدورية، سبتمبر 2009م.

- قيام قيادات البنك بإعداد تخطيط واضح للأهداف، وإعداد برامج العمل اللازمة لتحقيقها.
- التقويم المستمر للأداء والنتائج.
- العمل على انتشار وحدات البنك حتى مستوى الحي ما أمكن ذلك.
- الاهتمام بإجراء بحوث ميدانية لتأكيد الإثبات العملي لدور البنوك الإسلامية في التنمية الاجتماعية وللتعرف على أكثر الطرق والوسائل فعالية في إحداث هذه التنمية والإسراع بها.

ويعد القرض الحسن أحد أهم وسائل تفعيل المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية، وتُتهم المؤسسات المالية الإسلامية على نطاق واسع بتقصيرها في تقديم القروض الحسنة للمحتاجين ولأغراض الخدمات الاجتماعية عمومًا.

وقد بدأ الحديث في الآونة الأخيرة عن فكرة صناديق القرض الحسن الذي يعد أحد أهم وسائل البنوك الإسلامية لأداء وظيفتها الاجتماعية، لكن الخبراء اختلفوا بشان هذه الصناديق بين مؤيد ومعارض، حيث يرى المؤيدون لهذا التوجه وجود فجوة في القطاع المالي الإسلامي في عدد من البلاد الإسلامية، وان التصدي لها إنما يكون بتفعيل القرض الحسن؛ والذي أصبح ضروريًا للحفاظ على الاستقرار المالي للجميع وليس مجرد وسيلة للدعم والإغاثة، كما يرون ضرورة توجيه القرض إلى الجهات الأكثر حاجة وليس إلى المؤسسات المالية، ويقترح بعض المهتمين بالمصارف الإسلامية، ومن أجل تفعيل القرض الحسن، أن تكون الجمعيات الخيرية هي المقترض من أصحاب المال وأن تضمن السداد على أن تستثمر المال ثم تتصدق بريعه أو إقراضه للمحتاجين.

أما البنوك فبإمكانها تعزيز هذه الآلية من خلال تقديم تسهيلات قصيرة الأجل للجمعيات الخيرية، بحيث يتولى صندوق الفقر ضمان هذه

القروض، إذ أن تطبيق هذه الآلية يقلل حجم المديونية ويعزز الطلب والتوظيف الذي يقود للنمو والرخاء الاقتصادي.

وتعد برامج الإقراض على سبيل الإحسان علاجًا ناجعًا لكثير من المشاكل الاجتماعية؛ خاصة ما يتعلق بمكافحة الفقر، ومساعدة المحتاجين، وتوزيع الثروة بين أفراد المجتمع، وإيجاد بيئة عادلة يقل فيها الاكتناز والاحتكار وتضيق فيها الفجوة بين الميسورين والمعسرين، لكن القرض إذا استخدم بإفراط ولغير الأغراض الاجتماعية الرشيدة فإنه يسهم في اختلال النظام المالي كما أثبت الواقع، وقد شبه بعض الباحثين القروض بالطلاق الذي يجب أن لا يتم اللجوء إليه إلا عند الضرورة؛ وأن لا يكون الأمر حسب الرغبات غير المدروسة؛ فالدين مباح لكنه قد يكون مثل الطلاق الذي هو أبغض الحلال عند الله.

أما المعارضون لتوجه فكرة صناديق القرض الحسن فإنهم يقللون من إمكانية نجاح هذه الآلية لغموض بعض التفاصيل مثل تحديد المقرضين، هل هم عملاء البنوك الإسلامية أم المساهمين؟، وهل بإمكان المالية الإسلامية أن تتحمل مسؤوليتها في هذا المجال؟.

وعلى الرغم مما تتهم به البنوك الإسلامية من تقصير في تحمل مسؤولياتها الاجتماعية، وعدم ظهور نتائج ملموسة لنشاطها على مستوى الطبقات المحرومة، فقد توصلت الدراسة التي أعدتها دار الاستثمار سنة 2009 بالتعاون معه هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية حول اتجاهات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المالية الإسلامية إلى وجود مؤشرات جيدة على اهتمام المؤسسات المالية بالمسؤولية الاجتماعية، حيث كان من أهم نتائج تلك الدراسة ما يلي:

1) **حماية البيئة،** أكدت الدراسة أن 52٪ من المؤسسات لديها اهتمام بقضايا البيئة غير أن 38٪ فقط لديها برامج في هذا المجال.

2) **الزكاة،** أكدت الدراسة أن 31٪ من المؤسسات لديها آليات لتوزيع زكوات العملاء.

وأبرزت الدراسة نجاحات أساسية للمؤسسات المالية الإسلامية، مثل تجربة HSBC Amanah، حيث طبق الفرع الإسلامي لبن HSBC برنامجاً كبيرًا لتمويل الفقراء في باكستان وسريلانكا، كما نفذ برنامجاً مول بموجبه أطرافًا صناعية مجانًا لـ 950 شخصًا في كراتشي وإسلام أباد.

3) **الحياة الكريمة والرفاه،** أكدت الدراسة أن 66٪ من المؤسسات لديها أهدافًا اجتماعية ذات صلة بتحقيق الحياة الكريمة في هذا المجال،بينما أكدت 55٪ من المؤسسات وجود آثار اجتماعية لأنشطتها التنموية.

سابعًا- بعض تجارب البنوك الإسلامية في مجال المسؤولية الاجتماعية

(1) تجربة بنك البركة جنوب إفريقيا

وضع البنك سياسة لمكافحة آثار التمييز العنصري الذي عاشته إفريقيا الجنوبية، لذلك التزم البنك بمساواة الجميع في التوظيف،وكذلك المساواة بين الرجال والنساء، وقد شكل البنك لجنة لمتابعة تطبيق هذه السياسة.

(2) بنك إسلام ماليزيا

التزم البنك منذ تأسيسه عام 1983 برعاية المجتمع والمشاركة في تأمين الحياة الكريمة، ومن أمثلة ذلك:

- مساعدة الفقراء والمحتاجين والمرضى من خلال دعمهم من صندوق الزكاة لإكمال تعليمهم في الجامعات المحلية وتقديم المساعدة المالية للطلاب الماليزيين في منطقة الشرق الأوسط.
- رعاية بعض برامج التلفزيون الهادفة لتوعية الجمهور بأهمية رعاية الأيتام والمساكين والمرضى والمحتاجين.
- المساعدة في برنامج الأعمال الجارية لإصلاح منازل المحتاجين والمعاقين.
- توزيع هدايا عينية على الأيتام في الأعياد.
- توزيع هدايا في شهر رمضان.
- التعاون مع بعض الجمعيات المتخصصة بجمع التبرعات لفلسطين خلال شهر رمضان.
- عين البنك وكيلاً لجمع الزكاة في كل ولايات الدولة.
- قدم البنك سنة 2007م أكثر من 1 مليون رينجت (تقريباً 3 مليون دولار) من الزكاة للمستحقين من أسر وأيتام، ودعم للمؤسسات التعليمية والجمعيات الخيرية والخدمات الصحية وبناء المساجد والمدارس الدينية.
- تبنى بنك إسلام ماليزيا 314 مدرسة في إطار دعم مبادرة BNM لتعليم الأطفال ضمن برنامج التخطيط المالي، ويهدف البرنامج إلى مساعدة الأطفال من طلاب المدارس على التخطيط المالي وإدارة مواردهم المالية.

وفي مجال المشاركة في حماية البيئة، فقد أعطى البنك ذلك أولوية ضمن خطة عمله على المدى المتوسط والمدى الطويل، ومن إسهامات البنك في هذا المجال:

- المشاركة في حملة ساعة الأرض للتوعية بأهمية الحماية والحفاظ على الطاقة .
- المشاركة في حماية الغطاء النباتي.

(3) بنك بنغلاديش الإسلامي المحدود

تأسس بنك بنغلاديش الإسلامي المحدود سنة 1983م، وقام البنك بتقديم الكثير من المساهمات والخدمات الاجتماعية، والتي شملت بناء المستشفيات وكلية للطب وبرامج تعليمية؛ مثل بناء المدارس وتقديم المنح الدراسية للطلاب المحتاجين، ودعم المؤسسات التعليمية، إضافة إلى رعاية النساء من خلال تشجيعهن على العمل في مهن مدرة للدخل؛ مثل الملابس النسائية التي تناسب المجتمع المسلم، وقد ركز البنك بصورة خاصة على المناطق الريفية من خلال البرنامج المعروف ببرنامج التنمية الريفية (9).

(4) البنك الإسلامي الأردني

تأسس عام 1979م، وقد شارك البنك في خدمة المجتمع على عدة مستويات ومن خلال عدد من المنتجات والوسائل منها[1]:

1) **القروض الحسنة**، إذ ينفرد البنك الإسلامي الأردني بين البنوك العاملة في الأردن، ومنذ أن بدأ في ممارسة أعماله، بتقديم قروض حسنة للمواطنين، لمساعدتهم في مواجهة ما تتطلبه بعض الحالات الاجتماعية المعتبرة كالعلاج والتعليم والزواج من نفقات آنية، وبلغ العدد الإجمالي للمستفيدين من القروض الحسنة التي قدمها البنك حتى نهاية عام 2009 حوالي (238) ألفاً، وبلغت قيمتها الإجمالية حوالي (109.4) مليون ديناراً، ومن بينها القروض الحسنة التي يتم تقديمها للشباب المقبلين على الزواج بالتنسيق مع جمعية العفاف والتي بلغ إجمالها حوالي (3.9) مليون

(1) التقرير السنوي للبنك الإسلامي الأردني 2008- 2009م.

دينار موزعة على (7555) مستفيد، وتمول القروض الحسنة في البنك من مصدرين، هما: أموال البنك، وتبرعات المحسنين بقصد الإقراض.

2) **التبرعات،** يؤكِّد البنك الإسلامي الأردني في كل مناسبة على تفاعله الإيجابي مع المجتمع الذي يعمل فيه، وذلك من خلال إسهامه الفعَّال في العديد من الأنشطة والبرامج الاجتماعيَّة والخيريَّة والرياضيَّة والإنسانيَّة، كدعمه المتواصل لأنشطة جمعيَّة العفاف، والمساجد والجمعيَّات الخيريَّة، ورصد الجوائز للفائزين في مسابقات القرآن الكريم، وتقديم مساعدات مباشرة للفقراء والمعوزين من المواطنين، أو تقديم الإغاثة والمعونة لبعض المجتمعات المنكوبة في العالم الإسلامي، وقد بلغ إجمالي التبرُّعات الخيريَّة لمختلف الجهات والمحافظات 4.6 مليون دينار منذ تأسيس البنك، وبلغ إجمالي تبرعات البنك خلال العام 2008م، 340 ألف دينار وزعت على الجمعيات الخيرية والأنشطة والبرامج التعليمية، أما في سنة 2009م فقد بلغت قيمة التبرعات 70 ألف دينار، وقد بلغ إجمالي التبرعات التي قدمها البنك منذ تأسيسه وحتى نهاية عام 2009 حوالي (5.7) مليون دينار.

3) **تمويل الحرفيين والمهنيين،** بدأ البنك هذا البرنامج سنة 1994م بأسلوب المشاركة، وبلغ إجمالي التمويل حتى نهاية 2008م (8.7)مليون دينار موزعة على 77 مشروع، هذا إضافة إلى التمويلات التي تتم بأسلوب المرابحة.

4) **صندوق التامين التبادلي،** باشر هذا الصندوق نشاطه مع بداية عام 1994، حيث يتضامن المشتركون فيه من مديني البنك على جبر جزء من الضرر الذي يلحق بأحدهم بتسديد رصيد مديونيته تجاه البنك أو جزء منها في حالات الوفاة أو العجز الدائم أو الإعسار المستمر، وحتى نهاية عام 2009، بلغ رصيد الصندوق حوالي (25.6) مليون دينار، وعدد

الحالات التي تم التعويض عليها (1078) حالة، وإجمالي هذه التعويضات بلغ حوالي (2.86) مليون ديناراً، أما عدد المشتركين في هذا الصندوق فقد بلغ (114.6) ألف مشترك، ورصيد مديونيتهم بلغ حوالي (411.7) مليون ديناراً.

5) **مؤسسات الخدمات الاجتماعية،** أسَّس البنك الإسلامي الأردني شركة التأمين الإسلاميَّة كمؤسسة اجتماعيَّة تقوم على مبادئ التعاون والتكافل الاجتماعي، وشارك في تأسيس العديد من الشركات الماليَّة والتجاريَّة والصِّناعيَّة والعقاريَّة والخدميَّة داخل الأردن وخارجه.

6) **البحث العلمي والتدريب،** صرف البنك في هذا المجال خلال العام 2008م (281) ألف دينار.

7) **تدريب طلاَّب المعاهد والجامعات،** يستقبل البنك سنوياً مئات من طلاّب وطالبات الجامعات والمعاهد بالمملكة للتدرُّب على أعمال المصارف الإسلاميَّة، وذلك إسهاماً منه في زيادة الوعي المصرفي الإسلامي وإثراء المعرفة العلميَّة للأجيال الصاعدة، وبلغ عدد من تم تدريبهم (10535) طالب وطالبة حتى نهاية عام 2009م.

8) **أنشطة اجتماعية أُخرى،** يشارك البنك في أنشطة اجتماعية أخرى مثل عضويَّة الجمعيَّات التطوعيَّة؛ كجمعيَّة حماية البيئة وجمعية حماية المستهلك، والإسهام في حملات التوعيَّة المروريَّة، وإقامة بعض المعالم التجميليَّة، وإنشاء مظلاَّت واقية في مواقف الحافلات في بعض المدن ودعم المكتبات في بعض المدارس والمنتديات الثَّقافيَّة، وغير ذلك من الأعمال الخيريَّة خدمة للمجتمع المحلِّي.

9) **المشاركة في حماية البيئة،** اتخذ البنك عدة إجراءات للمشاركة في حماية البيئة منها:

- منع التدخين داخل مباني البنك.
- عدم تمويل منتجات التبغ والسجائر.
- تخفيض استخدام الورق بالاعتماد على البريد الالكتروني.
- عدم تمويل السيارات القديمة بسبب تأثيرها على البيئة.
- التأكد من التزام المصانع الممولة بالمعايير الحكومية فيما يتعلق بالانبعاثات.

(5) البنك الأهلي التجاري السعودي

استطاع من خلال مسيرته الممتدة لسنوات طويلة في مجالات عمل المسؤولية الاجتماعية، أن يحقق نجاحات كبيرة في المجالات التعليمية، والصحية، والثقافية، والرياضية، والتدريبية، والتوعوية، المرتبطة بالرفع من كفاءة ومهارات أفراد المجتمع، مما مكنهم وفق خطط وبرامج مدروسة، أن يتجاوزوا العقبات التي تواجههم، وأن تتوافر لهم فرص عمل تتوافق مع تطلعاتهم وطموحاتهم، الأمر الذي أسهم بشكل كبير في تقليص البطالة لدى الأسر محدودة الدخل، والأسر الفقيرة، والأيتام، وذوي الاحتياجات الخاصة، كما استطاع البنك من خلال برامج الأهلي لفرص العمل، التي من بينها برنامج الأهلي للمشاريع الصغيرة، وبرنامج الأسر المنتجة، تنمية مهارات العديد من الشباب والشابات، بالتعاون مع 12 جهة عامة وخاصة، ليصبحوا مؤهلين لاقتحام مجالات العمل التجاري الخاص بثقة واقتدار، علماً بأن عدد المستفيدين والمستفيدات من تلك البرامج قد تجاوز الـ 1626 شابًا وشابة على مستوى المملكة.

(6) بنك الرياض

استطاع البنك من خلال إدارة متخصصة في خدمة المجتمع، أن يقوم بتدريب وتطوير مهارات عدد كبير من الشباب والشابات، بما في ذلك توفير الوظائف المناسبة لهم، هذا إضافة إلى قيامه بتوفير التدريب التعاوني لأكثر من 90 طالبًا وطالبة من الجامعات والكليات في المملكة لمدة نحو

28 أسبوعًا، والتي يتم من خلالها تدريبهم في أقسام البنك المختلفة وتأهيلهم للعمل في السوق، هذا وقد حصل البنك على جائزة التوظيف من مجلس وزراء العمل والشؤون الاجتماعية في دول الخليج العربي لتحقيقه معدلات عالية في توطين الوظائف.

(7) بنك مجموعة سامبا المالية

استطاع البنك من خلال تنفيذه برامج متخصصة في مجال عمل المسؤولية الاجتماعية، أن يحقق عديدًا من الإنجازات المرتبطة بتنمية قدرات ومهارات أفراد المجتمع، فقد قامت المجموعة بتنفيذ عدد من الدورات التدريبية المكثفة لعدد من الشباب السعودي، الذين تمكنوا من خلالها الحصول على فرص عمل تتواءم مع تطلعاتهم وطموحاتهم داخل المجموعة وخارجها.

(8) بنك الجزيرة السعودي

من منطلق الشعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أفراد المجتمع، أطلق بنك الجزيرة برنامج (خير الجزيرة لأهل الجزيرة)، الذي رصد من خلاله مبلغ 100 مليون ريال، لاستهداف تنمية قدرات ومهارات أفراد المجتمع، وذلك من خلال تقديم منظومة متكاملة من البرامج والأنشطة غير الربحية، سعياً وراء إحداث نقلة نوعية وتنمية مستدامة في حياة الفرد والمجتمع، ومن بين البرامج المتميزة التي يقدمها برنامج (خير الجزيرة لأهل الجزيرة)، برنامج «البداية» التدريبي، الذي يهدف إلى الإعداد النفسي والمعرفي والمهاري لخريجي وخريجات الثانوية العامة والجامعات، لمساعدتهم في الانخراط في سوق العمل، وكذلك برامج الأسر المنتجة، الذي يهدف إلى مساعدة الأسر المحتاجة والرفع من المستوى المعيشي لأفرادها من خلال التدريب على مهن معينة والتوظيف أو من خلال تمويل برامج ومشروعات إنتاجية وصناعية صغيرة، علماً بأن عدد المستفيدين والمستفيدات من برنامج (خير الجزيرة لأهل الجزيرة)، منذ انطلاقته في عام 2006، قد بلغ أكثر من 1034 شابًا وشابة.

حالة دراسية رقم (4)

البنك العربي

تأسس البنك العربي في القدس عام 1930 برأسمال قدره 15000 جنيه فلسطيني، بمساهمة ستة شركاء إلى جانب المؤسس الرئيس عبد الحميد شومان، وإثر الأحداث السياسية والاحتلال الإسرائيلي انتقل البنك إلى عمان وجعلها مقره الرئيسي في المنطقة، تملك مجموعة البنك العربي أكبر شبكة فروع مصرفية عربية في العالم أجمع، حيث تشمل 500 فرع موزّعة على 30 دولة وتمتد عبر 5 قارات، وبلغت موجودات البنك في العالم للعام 2010 نحو 51.1 مليار دولار أمريكي، وبلغت ودائع العملاء نحو 35.7 مليار دولار، أما في الأردن فإن موجودات البنك بلغت نحو 10.4 مليار دولار، وشكل موظفوه نحو 44٪ من إجمالي الشبكة العالمية للبنك.

خلال أربعينيات وخمسينيات القرن العشرين توسع البنك العربي بشكل سريع، حيث توسعت شبكة فروعه في العالم العربي؛ فافتتح 43 فرعاً في شتى أنحاء العالم العربي برأس مال بلغ 5.5 مليون دينار أردني .

ومن خلال الاستثمارات العديدة في سلسلة واسعة من الصناعات والمشاريع العامة الجديدة التي امتدت من الدار البيضاء وحتى بغداد، كان البنك العربي الجديد محفزاً للتطورات الاقتصادية العربية في فترة لم يكن لدى أحد فيها استعداد للمجازفة، حسبما ورد في تقارير البنك.

وفّرت قروض البنك العربي الوظائف لأكثر من (100,000) موظف، ففي الأردن، عملت قروض البنك العربي لمصانع الإسمنت والأقمشة والأغذية الحديثة على تعزيز معدل نمو البلاد لتحتل المرتبة الثانية في الشرق الأوسط بعد الكويت الغنية بالنفط، وبالإضافة إلى القروض التجارية، قدّم شومان الملايين من نقوده الخاصة ونقود البنك لتعليم مئات الطلاب العرب من خلال إرسالهم إلى الجامعات في الغرب، ومدفوعاً بعاطفته، شيد شومان الذي

حُرم من التعليم كلية لتدريب المعلمين كلفتها 000 .600 دولار أمريكي في قريته بيت حنينا قرب القدس.

المسؤوليات الاجتماعية للبنك:

من المعروف تاريخيًا بأن البنك العربي مؤسسة نشطة اجتماعيًا، ومن الأمثلة على ذلك مؤسسة عبد الحميد شومان التي تدعم الجهود الثقافية والعلمية والبحثية، إضافة إلى مبادرات أخرى ورعاية العديد من الأنشطة، وقد نما برنامج "معا" من هذه الجذور، حيث يجسد التزام البنك العربي بخدمة مجتمعه، كما يهدف إلى دعم المجتمع في خمسة مجالات هي: التعليم، والأيتام، والبيئة، والصحة، وجهود مكافحة الفقر، ويؤمن البنك العربي بالاعتماد المتبادل بين الأعمال والمجتمع، كما يعي ضرورة التّأكيد على حاجات المساهمين في جميع أنحاء العالم .

أنشطة البنك العربي في الأردن:

يقدم البنك المنح والقروض والمساعدات والتمويل للكثير من المشاريع في القطاعين الحكومي والخاص، وتعتبر مؤسسة عبد الحميد شومان الذراع الأبرز في مجال تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية في مجال الثقافة والبحث العلمي.

بلغت موجودات البنك لعام 2010 نحو 23.319 مليار دينار أردني، وبلغ عدد فروعه في الأردن فقط 80 فرعًا، تتوزع على مختلف المدن والمحافظات، ويعمل بها 2776 موظفًا، منهم 38٪ من الإناث.

في آب، 2006 وأثناء زّيارة الملك عبد الله الثاني، قام البنك العربي بالتبرّع بمبلغ مليوني دينار أردني (2.8 مليون دولار) لدعم الجهود الحكومية لمحاربة الفقر في المناطق الجنوبية للمملكة.

أطلق البنك العربي مؤخرًا برنامج "معا"، وهو برنامج مسؤولية اجتماعية واسع النطاق يستهدف موظفي وعملاء البنك العربي، وهذا البرنامج متعدد الأوجه أطلقه البنك العربي بهدف تشجيع الجميع وإشراكهم ليكونوا أعضاءً فاعلين في المجتمع، وهو برنامج يتم تنفيذه بالتعاون مع عدد من المؤسسات الأهلية غير الربحية التي تعمل على تطوير جوانب مختلفة من المجتمع الأردني من خلال مبادرات متنوعة.

كان البنك دائم النشاط في مجال رعاية المؤسسات التعليميّة والطبيّة، بالإضافة إلى توفير منح للطلاب في الأردن والأراضي الفلسطينيّة، ومن ضمن مئات المستفيدين في المجتمعات المحليّة الذين دخلوا في شراكة مع البنك، هناك الجامعات والمدارس والمستشفيات ومراكز الشّباب والمراكز الثقافيّة ودور رعاية الأيتام والمنظّمات غير الحكوميّة المختلفة.

وحسب التقرير الأول للاستدامة للبنك للعام 2010 فإن نسبة الأرباح المستثمرة في الشراكة المجتمعية بلغت 3.2٪ للعام 2009، ثم 3.1٪ للعام 2010 قبل اقتطاع الضريبة، في حين أن إجمالي أرباح البنك للعام 2010 بلغت 219 مليون دينار أردني قبل احتساب الضريبة، مقابل 325 للعام 2009، ومقابل 450 للعام 2008. (الدينار الأردني يعادل 1.40 دولار تقريبًا).

ويشير تقرير الاستدامة إلى أن إجمالي مساهمة البنك في تمويل المشاريع الصديقة للبيئة بلغت 13.5 مليون دينار أردني للعام 2010 مقابل 9.4 مليون دينار للعام2009، كذلك يقدم البنك برامج تدريبية متنوعة في الحاكمية والشفافية والتمكين لموظفيه ولموظفي العديد من المؤسسات غير الربحية، إذ بلغت ساعات التدريب لبناء قدرات المؤسسات غير الربحية ما مجموعه 350 ساعة، وهذا يعد مؤشرًا جديدًا من مؤشرات الشراكة المجتمعية.

وفي إطار المسؤولية الإنسانية، فقد كانت ردّة فعل البنك العربي على المأساة الإنسانيّة التي سبّبها إعصار كاترينا سريعة وحاسمة، حيث ساهم بمبلغ رمزيّ مقداره مئة ألف دولار أمريكيّ قدّمه لصندوق الكوارث التّابع للصليب الأحمر الأمريكي.

أصدر البنك العربي تقريره الأول المتخصص في برامج الاستدامة، والذي يشمل إنجازات البنك في النواحي الاقتصادية والبيئية والاجتماعية ومساهماته على هذا الصعيد في الأردن. وقد حصل التقرير على تصنيف متقدم (تصنيف ب) من قبل "مبادرة التقارير العالمية" (GRI).

اعتمد البنك العربي خارطة للمسؤولية الاجتماعية قريبة الشبه بما اعتمدته الكثير من المؤسسات العالمية (بعنوان خارطة احتياجات الجهات ذات العلاقة) وكما في الجدول التالي:

الجهات ذات العلاقة	طرق التواصل	أولويات الجهات ذات العلاقة
المساهمون	اجتماعات منتظمة، تقارير سنوية	تحقيق الأرباح، شفافية الاتصالات الامتثال لجميع الأنظمة والقوانين
الموظفون	شبكة الاتصالات الداخلية "عربينا" البريد الإلكتروني استطلاع الاتصالات الداخلية التقارير السنوية اللقاءات وورشات العمل النشرة الداخلية الفصلية	أمن وظيفي بيئة عمل صحية وآمنة التدريب والتطوير حزم رواتب ومزايا تنافسية توزيع عادل للمسؤوليات وفرص التطور وجود فريق إدارة شفاف ومسؤول
العملاء	وسائل الإعلام الموقع الإلكتروني التقارير السنوية	توفير دعم وخدمات عالية الجودة قروض ميسرة منتجات وخدمات مبتكرة ومستدامة
المؤسسات غير الربحية	عقود العمل والاتفاقيات الاجتماعات، التخطيط المشترك التقارير السنوية	الشفافية والمساءلة الاتصالات المفتوحة والحوار المتبادل تحقيق الأهداف المؤسسية
المجتمع	الحملات، وسائل الإعلام، المناسبات التقارير السنوية	مسؤولية الشركات دعم المجتمع وتطويره
البيئة	مبادرات إعادة الترميم دعم المؤسسات غير الربحية العاملة في مجال البيئة، التحسينات التشغيلية	التقليل من كمية النفايات الحد من استخدام الموارد المحدودة تحسين الوضع البيئي
الموردون	العقود والاتفاقيات الاجتماعات	المساءلة والنزاهة في التعاملات اتفاقيات مجدية ماليا، طويلة الأمد وآمنة الدفع في الوقت المناسب عند التسليم
الحكومات	اللوائح والقوانين	الالتزام بالسياسات والمعايير الوطنية دعم النشاطات الحكومية ماليا و/ أو تقنيا

مؤسسة عبد الحميد شومان (للثقافة والفنون):

بادر البنك العربي بتخصيص جزء من أرباحه السنوية لإنشاء مؤسسة عبد الحميد شومان في عام 1978، وأطلق عليها اسم مؤسس البنك العربي (عبد الحميد شومان)، وقد كان البنك يسعى من وراء ذلك إيجاد مركز لتكريم مبادئ مؤسس البنك الرائد عبد الحميد شومان، وفي طليعتها الإيمان العميق بأهمية بذل الجهد لبناء الأرضية للتقدم العربي، من خلال دعم الاقتصاد الوطني من جهة، والاعتناء الجاد، في الوقت نفسه، بتشجيع البحث العلمي والدراسات الإنسانية، وذلك انطلاقاً من القناعة بأن السبيل إلى تطوير المجتمع العربي يكمن في الاعتماد على بناء قاعدة علمية والتركيز على التنوير الثقافي في آن معاً.

شكلت مؤسسة عبد الحميد شومان منذ إنشائها ظاهرة ثقافية علمية في الوطن العربي، وتطورت هذه المؤسسة بحيث غدت تمثل مؤشراً للدور الذي يمكن أن يقوم به القطاع الخاص في مجال دعم الثقافة والعلوم والفنون وإشاعة الفكر العلمي الرامي إلى النهوض بالأمة.

من هنا عملت مؤسسة عبد الحميد شومان على الإسهام في دعم البحث العلمي والدراسات الإنسانية في محاولة لتوفير سبل النهوض بالعلوم والثقافة، والإسهام في تشجيع الأجيال الجديدة من العلماء والباحثين في الأردن وفي الأقطار العربية، من خلال تخصيص جوائز سنوية لحفزهم على الإنتاج، هذا إضافة إلى توفير مناخات البحث اللازمة لإنشاء مكتبة متطورة، وإتاحة نظم المعلومات بصورة تسهم في إيصال الباحث بالمستجدات الكبرى المتسارعة في عصر المعلومات العلمية والتقنية، وتتبع ما ينشر من بحوث في العالم العربي والعالم.

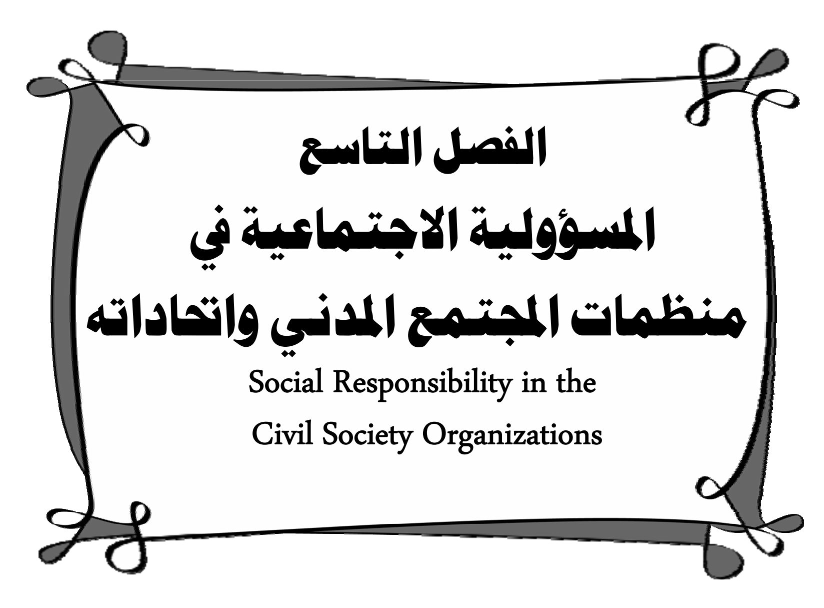
وقد رافق هذا الاهتمام بالعلم والعلماء والباحثين، اهتمام مقابل بالثقافة والفكر، إذ يشكل منتدى عبد الحميد شومان الثقافي الذي

ترتاده فئات مختلفة من المواطنين منبراً حراً يستضيف أبرز المفكرين والعلماء والمثقفين والمبدعين العرب، حيث تستقطب نشاطات المنتدى الطاقات الفكرية الأردنية والعربية.

وتتبوأ المؤسسة مكانة مشهوداً لها على الخريطة العلمية والثقافية العربية، وتربطها علاقات تعاون وثيقة بالمؤسسات والمراكز الفكرية والعلمية والأدبية في الوطن العربي.

وتحرص المؤسسة على دعم المؤسسات والهيئات التعليمية، ومراكز الأبحاث، وعقد الندوات العلمية والبحثية، فقد قدمت الدعم لأشكال الإبداع المختلفة، سواء عبر العلاقة المباشرة بالمبدعين أو عبر العلاقة بالمؤسسات والمراكز العلمية المماثلة في الأردن والوطن العربي.

وفي سعيها لتحقيق رسالتها؛ انتهجت مؤسسة عبد الحميد شومان جملة أساليب علمية وثقافية تتوخى من خلالها أيضاً تحقيق أهدافها، وتتوزع بين دعم البحث العلمي والتواصل الفكري والثقافي وغير ذلك من الأساليب في مجالات العلم والثقافة.



الفصل التاسع
المسؤولية الاجتماعية في منظمات المجتمع المدني واتحاداته
Social Responsibility in the Civil Society Organizations

الأهداف الأدائية Performance Objectives

تُمكِّن دراسةُ هذا الفصل من:

1. تحديد مرتكزات المسؤولية الاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني
2. توضيح مفهوم الاجتماع البشري والمجتمع
3. تحديد أبعاد المجتمع المحلي ومقوماته
4. بيان الأنظمة والأنساق الاجتماعية
5. شرح مفهوم المجتمع المدني
6. بيان علاقة منظمات المجتمع المدني بالدولة
7. توضيح دور منظمات المجتمع المدني في التنمية
8. فهم حقيقة ازدياد التوجه نحو عمل منظمات المجتمع المدني
9. توضيح دور المنتدى العالمي الاجتماعي
10. شرح دور منظمات المجتمع المدني
11. بيان أساليب منظمات المجتمع المدني في مشاركة المسؤولية الاجتماعية

الفصل التاسع

المسؤولية الاجتماعية

في منظمات المجتمع المدني واتحاداته

Social Responsibility in Civil Society Organizations

المقدمة Introduction

من الضرورة بمكان قبل أن نتعرض لمنظمات المجتمع المدني أن نتناول مفهومين مترابطين: مفهوم المجتمع ذاته، ومفهوم المجتمع المدني باعتباره مفهومًا يتصف ببعض الغموض والنسبية، بما يبنى عليه الاختلاف في النظر إلى المفاهيم المرتبطة به ومنها منظمات المجتمع المدني، وبالتالي مفاهيم المسؤوليات الاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني، أو ما يسمى المنظمات الأهلية.

ومفهوم المجتمع المدني لا يكتفي بذاته، بمعنى أنه ليس مستقلاً، سواء عن السياق الذي ينتظم فيه، أم عن المفاهيم الأخرى، التي تتضافر معه لبلورة أفق أرحب للجميع، وأهم هذه المفاهيم: مفهوم الديمقراطية التي لا تتعزز إلا بوجود مجتمع مدني قوي ومسؤول، ومفهوم التنمية التي لا تتحقق إلا بالإشراك العادل من قبل الدولة لسائر مكونات المجتمع المدني، وكذا بالاستعداد الكافي والعفوي للمجتمع المدني للتشارك مع الدولة، وكذلك مفهوم المواطنة أو ما تطلق عليه التقارير الدولية السلام المستديم، ومفهوم الحداثة، وغير ذلك من المفاهيم[1].

(1) بو العوالي، التجاني، المجتمع المدني: قراءة في المفهوم والنشأة. 2009، http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=14949

يتناول هذا الفصل تحديد مرتكزات المسؤولية الاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني، وتوضيح مفهوم الاجتماع البشري والمجتمع، وتحديد أبعاد المجتمع المحلي ومقوماته، وبيان الأنظمة والأنساق الاجتماعية، وشرح مفهوم المجتمع المدني، وبيان علاقة منظمات المجتمع المدني بالدولة، وتوضيح دور منظمات المجتمع المدني في التنمية، وفهم حقيقة ازدياد التوجه نحو عمل منظمات المجتمع المدني، وتوضيح دور المنتدى العالمي الاجتماعي، وشرح دور منظمات المجتمع المدني، وبيان أساليب منظمات المجتمع المدني في مشاركة المسؤولية الاجتماعية.

أولاً - مرتكزات المسؤولية الاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني

Foundations of the Social Responsibility of Civil Society Organizations

يرتكز مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني على ركيزتين أساسيتين: الأولى فكرية، والثانية أخلاقية، وتتمثل الركيزة الفكرية في أنه ليس بمقدور شريك واحد من شركاء التنمية؛ سواء كان الحكومة أو المجتمع المدني أو القطاع الخاص أن ينجز تنمية متكاملة ومتوازنة ومستدامة بمفرده، ولكن من خلال السعي لإحداث التكامل والتنسيق بين جهود ومبادرات كافة الشركاء وتعبئة مواردهم بأنواعها المختلفة، حيث سيصبح من الممكن تحقيق التنمية المتكاملة والمتوازنة والمستدامة في المجتمعات المحلية الأكثر حاجة للتنمية، ويدعم هذه الرؤيا الفكرية ما يراه نشطاء المنظمات الأهلية من أن الدولة أصبحت عاجزة عن تنمية مجتمعاتها وإشباع حاجات مواطنيها، لذا فإن على منظمات المجتمع المدني السعي لتطوير قدرات المهمشين والفقراء.[1]

(1) عبد العليم، سميرة، أوراق عمل في العمل الأهلي والنقابي، غزة، اتحاد لجان المرأة الفلسطينية، 2011.

أما الركيزة الأخلاقية فتتمثل في أن المسؤولية الاجتماعية هي واجب الأفراد تجاه تنمية المجتمع، وتجاه ثقافته ومنظومات القيم المتضمنة فيها، وتكون العبرة فيها بالنتائج التي تتحقق على ساحة المجتمع، حيث يستوجب عدم الوفاء بها العقاب من قبل المجتمع، وهو العقاب الذي يبدأ مخففا كاللوم وقد يتصاعد إلى أكثر من ذلك حسب تقاليد المجتمعات وأعرافها، لذلك يمكن تعريف المسؤولية الأخلاقية بأنها "الفعل الذي يشعر الفاعل بالارتياح إذا قام به باعتباره واجب؛ أو الندم إذا قصر في فعله".[1]

يتضح أن لعمل منظمات المجتمع المدني مرتكزات أخلاقية، وفكرية، وأخرى تشريعية، لا تختلف في جوهرها عن المرتكزات التي تنطلق منها فلسفة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال خصوصًا، وكافة المنظمات عمومًا، وتشمل تلك المرتكزات[2]:

1. القوانين والتشريعات التي تتمثل بالمعايير القانونية الموثقة، إذ تتحدد سلوكيات الأفراد والمنظمات والقيم الأخلاقية بتطبيق هذه القوانين والتشريعات.
2. العمليات التربوية والاجتماعية والمعتقدات الدينية التي تستند على القيم المتبادلة والمشتركة بين الأفراد.
3. الاعتقادات الشخصية للفرد التي من خلالها تتحدد المعايير المرتبطة بسلوك الفرد وحريته في التصرف المناسب وفقًا لذلك.

تمثل فلسفة منظمات المجتمع المدني في مجملها الاتجاه الطوعي في اتجاهات المسؤولية الاجتماعية الثلاث، وهي الاتجاه الإجباري أو الإلزامي، والاتجاه المحتسب، واتجاه الالتزام الاجتماعي، ويرتكز اتجاه الالتزام الاجتماعي على أساس أن المسؤولية الاجتماعية تمثل تفاعلاً اجتماعياً

---

(1) عبد العليم، سميرة، المصدر السابق.

(2) Daft, Richard L., Management, South–Western & College Publishing Co., Canada, 2003, P49.

(social responsibility as social reaction)، وتشمل الأفعال الطوعية فقط . فتفسير التفاعل الاجتماعي يحدد حسب الأفعال التي تتجاوز المتطلبات القانونية بوصفها مسؤولة اجتماعيا، مثل الاتحادات، وحملة الأسهم، والناشطون الاجتماعيون، والمستهلكون.(1)

وترتبط التنمية البشرية بصورة وثيقة بالثقافة أيضًا، وتعني الثقافة في أبسط تعريفاتها "الطريقة التي يختار فيها الناس العيش معاً"، فالشعور بالتماسك الاجتماعي المبني على الشفافية والقيم والاعتقادات المشتركة هي التي تشكل التنمية البشرية الفردية. فهي تُعنى بالناس ليس كمجرد أفراد، وإنما أيضا تهتم بكيف يتفاعلون ويتعاونون في المجتمع(2). وبهذا فإن مفهوم التنمية، والمشاركة، مفاهيم تتمتع بقدر كبير من الأبعاد الثقافية، فالتنمية، تبدأ بالقناعة، أو تغيير الاتجاهات، ثم الاستعداد بمعنى التأهيل والتمكين، قبل أن تصبح سلوكاً وممارسة وأداء. إضافة إلى ذلك فإن رأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي يشكلان ضرورة في كل مجتمع مدني فعال، فكلاهما يعمّق الشعور بالانتماء، وكلاهما يلعب دوراً مركزياً في النمو الاقتصادي(3)، ومنظمات المجتمع المدني هي من أهم الآليات التي تحقق تلك الأهداف التي يبتغيها المجتمع.

ثانيًا - الاجتماع البشري والمجتمع

Human Meeting and community

الاجتماع صفة ملازمة للفرد، فهو حاجة طبيعية فيه، ولعل هذا ما جعل أرسطو يصفه بالحيوان الاجتماعي، وإذا اعتبرنا أن الفرد يولد مغروسًا به عددًا من الحاجات التي تقع في دائرة الذاتية، فإن تلك الحاجات تتحول إلى

---

(1) Ivancevich, J.M.; Lorenzi, P.; Skinner, S.J. and Crosby, P.B., Management Quality and Competitiveness, Boston: McGraw Hill, Irwin, 1997, PP75-81

(2) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية 1996، ص 55.

(3) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية 1996، ص 7.

واقع موضوعي وعلاقات موضوعية: كالحضانة، والإرضاع، والتربية، والتأهيل، والحماية، والانتماء، والحب والعطف، وغيرها، وهذه بدورها تتحول إلى وظائف اجتماعية يستأنفها المجتمع والدولة ويقيمان لها شتى أنواع المؤسسات[1]. وهذا يدل على أن تكوين المجتمع بمؤسساته ونظمه المختلفة نبعَ من حاجات غريزية طبيعية وجدت في الفرد نفسه، ووجدت في نقصه، فالفرد ما هو إلا عنصر من تكوين أكبر هو الجماعة، وليس لهذا الفرد من قيمة بغير علاقته العضوية بالمجتمع الأكبر.

ونحن نعرف أن عدداً من المؤسسين لعلم الاجتماع قدموا صياغات مختلفة وهم يبحثون في تعريف مفهوم المجتمع، فهذا ابن خلدون يقرر في تناوله لعلم التاريخ حقيقة هامة مؤداها "أن أحوال العالم والأمم وعوائلهم لا تدوم على وتيرة واحدة ومنهاج مستقر، إنما هو اختلاف على الأيام والأزمنة وانتقال من حال إلى حال، وكما يكون ذلك في الأشخاص والأوقات والأمصار، فذلك يقع في الأنساق والأقطار والأزمنة والدول"، وهذه عبارة تدل على أن ابن خلدون يذهب إلى أن التطور والتبدل يقع في العالم الطبيعي، كما يقع أيضاً في العالم الاجتماعي، ولكنه يرجع هذا التبدل والتحول إلى عامل سياسي[2].

ويقدم المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية مناقشة موجزة لمفاهيم المجتمع يحسن بنا الاطلاع عليها قبل الخوض في جوانب وأنماط أخرى من المجتمعات، فليس هناك تعريف محدد ومقبول لمصطلح المجتمع، لأن الاستخدامات الثلاثة الشائعة له تشير إلى جوانب هامة من الحياة الاجتماعية (أ) فالمعنى العام يعني مجموع العلاقات الاجتماعية بين الناس، (ب) أو هو كل تجمع للكائنات الإنسانية، من الجنسين، ومن كل

---

(1) الجباعي، جاد الكريم، المجتمع المدني وهوية الاختلاف، 2011.

(2) محمد، علي محمد، تاريخ علم الاجتماع، الرواد والاتجاهات المعاصرة، ط2، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1989، ص61.

المستويات العمرية يرتبطون معا داخل جماعة اجتماعية لها كيانها الذاتي ونظمها وثقافتها المتميزة، (ج) أو أنه النظم والثقافة التي تتحقق عند جماعة من الناس، وهذا التعريف وثيق الصلة بالتعريف السابق، وهما يشيران إلى عنصرين أساسيين في التحليل السوسيولوجي، أي أن الإنسان يعيش في جماعات، وأن سلوك الناس يتأثر بالمعايير والقيم.

ولقد كان المجتمع يعتبر تجمعاً من الأفراد يستمد طبيعته الجمعية من طبيعة الإنسان، إلا أن "كونت وسبنسر" أكدا أن المجتمع ليس مجرد اسم جمعي يطلق على عدد من الأفراد، ولكنه وحدة كلية متميزة تفوق الوجود الفردي، وقد اكتسبت وجهة النظر هذه ذيوعًا في البحث السوسيولوجي، ويستخدم مصطلح المجتمع أحيانا للإشارة إلى الإنسانية أو النوع البشري ككل أو ظاهرة التجمع الإنساني.

وهناك من يرى أن المجتمع جماعة من الناس لهم ثقافة مشتركة ومتميزة تحتل حيزاً إقليميًا محددًا، وتتمتع بشعور الوحدة، وتنظر إلى ذاتها ككيان متميز، ويشبه المجتمع كل الجماعات الأخرى في اشتماله على بناء من أدوار مترابطة، وسلوك محدد تفرضه المعايير الاجتماعية، ومع ذلك، فالمجتمع يعتبر نموذجًا خاصًا لجماعة تتميز بنسق اجتماعي شامل ينطوي على جميع المؤسسات الاجتماعية الأساسية اللازمة لمواجهة الحاجات الإنسانية الضرورية، ويتميز المجتمع كذلك باستقلاله، وليس بمعنى أنه مكتفٍ بذاته من الناحية الاقتصادية اكتفاءً ضرورياً، وإنما بمعنى انطوائه على جميع أشكال التنظيم اللازمة لبقائه واستمراره فترة طويلة من الزمان[1].

(1) المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 451.

ويعرف البعض المجتمع[1] باعتباره "مجموعة من الأفراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد وتربط بينها علاقات اجتماعية وثقافية ودينية، وهو ما يتكئ على تعريف عالم الاجتماع المؤسس تالكوت بارسونز: المجتمع المحلي هو جمع أو حشد من أفراد يشتركون في شغل منطقة جغرافية أو مساحة مكانية واحدة كأساس لقيامهم بأنشطتهم اليومية.

ثالثًا - أبعاد المجتمع المحلي ومقوماته

Dimensions of the Local Community and its Components

هناك الكثير من الأبعاد والمقومات التي تميز أي مجتمع من المجتمعات، وسيتم فيما يأتي توضيح لهذه الأبعاد والمقومات:

أ. **الحدود الجغرافية:** يتكون المجتمع من مساحة معينة من الأرض، وليس من الأهمية أن تكون هذه المساحة مقيدة بحدود إدارية أو سياسية معينة، وصارمة؛ فقد يكون قرية، أو قد يكون مدينة أو ضاحية في مدينة، وقد يكون مجموعة من البدو المتنقلين في مساحة جغرافية كبيرة، لكنهم يرتبطون معا بالكثير من الخصائص الأخرى.

ب. **البعد السكاني للمجتمع (الخصائص الديموغرافية):** لكل مجتمع من المجتمعات خصائصه الديموغرافية التي تميزه عن المجتمعات الأخرى، ويقصد بالخصائص الديموغرافية خصائص السكان من حيث: النوع الاجتماعي (ذكر وأنثى)، والمستويات العمرية، ومعدل حجم الأسرة، ومعدل الخصوبة للمرأة، ومعدل العمر للأفراد، ومعدل الزيادة السكانية، والأمراض السارية، مستويات الدخل، وأنواع المهن والوظائف، والمستويات التعليمية.

---

(1) http://www.fao.org/wairdocs/af199a/af199a02.htm 2009/2/1

إن معرفة مثل تلك الخصائص للمجتمع، يعد الخطوة الأساسية الأولى لمعرفة حاجات المجتمع التنموية والتعرف على مشكلاته وطرق التغلب عليها.

ج. **الاعتماد المتبادل بين أعضاء المجتمع:** إن تعدد وتنوع حاجات الإنسان وعدم قدرته على إشباعها بمفرده أو حتى في ظل مجموعات محدودة يجعل من الصعوبة بمكان إشباع هذه الاحتياجات؛ ويترتب على ذلك انضمامه للتجمعات البشرية الأكبر؛ والانضمام إلى جمعيات أو جماعات طوعية تحقق له بعض إشباعاته واحتياجاته، ونظراً لأن كافة أفراد المجتمع وكافة مؤسساته بحاجة إلى الآخر، فإن الكل يدخل في علاقات تبادلية، أو علاقات الاعتماد المتبادل interdependence.

د. **العلاقات والنظم الاجتماعية:** كما أسلفنا، فإن المجتمع لا يتكون بمجوع أفراده فحسب؛ فالمجتمع المحلي يتضمن فكرة الاشتراك في القيم والسلوكيات والنظم الاجتماعية، بالإضافة إلى عاملي المكان والسكان، وتختلف المجتمعات وفقاً لنوع القيم والتقاليد وآداب السلوك العامة، وما قد يكون مقبولاً في هذا المجتمع لا يعد كذلك في مجتمع آخر، وعادةً ما تتضمن المجتمعات منظومات رئيسية وأخرى فرعية للقيم، أو ما يعرف بالثقافة العامة أو الرئيسية main culture والثقافات الفرعية subculture، والثقافة العامة هي القيم والمعايير والآداب والمفاهيم المقبولة لدى كافة فئات المجتمع، أما الثقافات الفرعية، فهي تلك القيم والمعايير والآداب والمفاهيم المقبولة لدى فئة أو شريحة محددة أو مجتمع فرعي في المجتمع، ومن أمثلة ذلك، الثقافة الفرعية لأصحاب المهن، أو ثقافة فرعية لإحدى القبائل أو الجماعات القروية.

ه. **الشعور بالولاء والانتماء للمجتمع:** إن مشاعر الانتماء والولاء للمجتمع تعد الركيزة الأولى في قيام المجتمعات واستمرارها، وهي ليست

بالضرورة سابقة على غيرها من الشروط؛ بل هي محصلة للشروط والعناصر الأخرى المكونة للمجتمع، وتأتي مثل هذه المشاعر من إدراك القواسم المشتركة بين كافة أفراد المجتمع، سواء في تاريخ المجتمع، أو حاضره ومصيره المشترك، ويرتبط بذلك، الولاء لقيمه وآدابه وقوانينه الناظمة للحياة، بما في ذلك الولاء للدولة، أي بالانتماء لها وقبول هويتها، وتأتي التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها مؤسسات كثيرة في المجتمع لتعزز الانتماء والولاء للمجتمع.

و. **التفاعل الاجتماعي بين جماعات المجتمع:** هذا التفاعل بين أفراد المجتمع من شأنه إتاحة الفرصة لظهور القادة ويسمح بتحديد الأدوار والمكانات الاجتماعية للأعضاء والجماعات المكونة للمجتمع، ويمكن عن طريق التفاعل الاجتماعي أن يتوصل سكان المجتمع إلى تكوين تنظيمات أو منظمات يسعون من خلالها لإشباع حاجاتهم وحل مشكلاتهم، وقد تأتي هذه الإشباعات ثقافية أو اجتماعية أو نفسية أو ترفيهية أو اقتصادية.

رابعًا . الأنظمة والأنساق الاجتماعية

Social Systems and Formats

تنطلق معظم الدراسات الاجتماعية في نظرتها للمجتمعات من الفرضية التي تعتبر المجتمع مجموعة من الأنظمة أو البنى المتساندة والمتداخلة والمتراتبة، وفي هذا نفياً للمدخل الذي يرى المجتمعات مجموعات من الأفراد أو الجماعات التي تعيش ضمن حيز جغرافي فقط، ذلك أن استمرارية المجتمع مستقراً وفاعلاً ومتطوراً يستلزم عددًا من الأنظمة أو البنى الكفيلة بتحقيق مجموعة من الغايات الدائمة المستقرة، وسيلاحظ أي مراقب أن أي مجتمع مهما كانت درجة تطوره لا يخلو من أنظمة أساسية أو (أنساق) تتمثل في:

1. نظام أو نسق للسلطة يأخذ على عاتقه الحفاظ على الاستقرار الداخلي والأمن الخارجي للمجتمع، وذلك من خلال وضع القوانين والسهر على حمايتها وتطبيقها بصرف النظر عن مدى تطور هذه القوانين ومدى ديمقراطيتها ونوعها ومصدرها، إلا أنها جميعا، أي السلطات، تسعى للأهداف نفسها سواء كانت ديمقراطية أو شمولية أو ديكتاتورية بهذا القدر أو ذاك، وبالطبع لا بد لتلك السلطات من أدوات تنفيذية وغيرها حتى تقوم بواجباتها وتحقق أهدافها ومن تلك الأدوات أجهزة الأمن والشرطة وغير ذلك من أجهزة قضائية وإعلامية واقتصادية.
2. نظام أو نسق اقتصادي يعمل على توفير احتياجات المجتمع الأساسية إما عن طريق الإنتاج المحلي أو الاستيراد أو الأسلوبين معًا، ولذلك فإن النظام الاقتصادي نفسه سيتكون من أنساق وأنظمة فرعية مختلفة، بعضها للإنتاج، وبعضها للتحويل أو التصنيع، وبعضها للتبادل والتسويق، وبعضها مالي لتوفير الأدوات المالية والمصرفية.
3. نظام أو نسق اجتماعي، ويتضمن مؤسسات اجتماعية معترف بها رسميًا واجتماعيًا وهي تشكل الوحدات المكونة للمجتمع وذلك مثل الأسر والعائلات أو العشائر، وتقوم هذه المؤسسات على قواعد وقوانين وأعراف تتسم بالثبات والمرونة، وهي تقوم بواجبات ووظائف أساسية مثل التربية والتنشئة، وفي بعض المجتمعات تقوم الوحدات الأساسية بأدوار اقتصادية أيضًا.
4. النظام أو النسق القيمي، ويتشكل من معايير للسلوك والاعتقادات والعادات والمعارف، ويقوم هذا النظام أو النسق بوظيفة الحفاظ على الاستقرار في المجتمع وتقليل الاختلافات وفض النزاعات الناشئة، وكذلك، تعمل على تنشئة الأجيال الجديدة، وسيلاحظ في هذا

المجال أن الدين يشكل مصدرا أساسياً للمنظومات القيمية في المجتمعات الحديثة كما في المجتمعات البدائية، غير أن الاختلاف سيظل في نوعية هذا الدين وفي درجات الالتزام به من قبل الأفراد والجماعات، لكن لا يمكن تصور مجتمع من غير نظام قيمي جامع ومعياري.

خامسًا . المجتمع المدني Civil Society

إن بزوغ فكرة المجتمع المدني الحديث من التجربة الأوروبية في أواسط القرن السابع عشر ظلت تلقي بظلالها على هذا المفهوم حتى يومنا هذا، وقد تمحورت الفكرة الأوروبية للمفهوم حول علاقة الحاكم "الدولة" بالمحكومين "المجتمع"، وكان بزوغ المفهوم في ذلك الوقت في التجربة الأوروبية يشكل ثورة في مفهوم العلاقة تلك، إذ بدأ مفكرو النهضة يبلورون فكرة أن السلطات السياسية ما هي إلا من إنتاج أنفسهم، وأن السلطات السياسية من أصل مجتمعي دنيوي، ومن ثم فإن المجتمعات البشرية والسلطات السياسية هي بنت التاريخ؛ لا بنت السماء؛ ولا بنت الطبيعة.[1]

ورغم شيوع مفهوم المجتمع المدني والتوسع في استخداماته، إلا أن المفهوم ما يزال موضع جدل واختلاف حول تحديد أبعاده وشروطه وخصائصه، ولذلك، هناك الكثير من التعريفات غير المتطابقة، أو المتناقضة، وبعض هذه التعريفات يستند إلى التراث الأوربي في هذا المضمار، وهذا ما يسمى بالتعريفات الكلاسيكية.

وثمة اجتهادات متنوعة في تعريف مفهوم المجتمع المدني، فالمعنى الأصلي للمفهوم هو "المجتمع السياسي" الذي يحكمه القانون تحت سلطة

---

(1) الجباعي، جاد الكريم، المجتمع المدني وهوية الاختلاف، دمشق، دار الناي للنشر والتوزيع، 2011، ص76.

الدولة، لكن المعنى الأكثر شيوعاً هو تمييز المجتمع المدني عن الدولة، بوصفه مجالاً للمجموعات والجمعيات المستقلة مثل جمعيات رجال الأعمال وجماعات الضغط والأندية والعائلات ونحوها، أي أن المجتمع المدني يتكون مما أطلق عليه إدموند بيرك (1729-97) Edmund Burke " الجماعات أو الفصائل الصغيرة little platoons". وبهذا المعنى يعكس التمييز بين المجتمع المدني والدولة الانقسام بين العام والخاص: فالمجتمع المدني يضم المؤسسات "الخاصة" المستقلة عن الحكومة والمنظمة من قبل الأفراد لتحقيق أهدافهم ومصالحهم.[1]

ويستخدم المجتمع المدني عادة كمفهوم وصفي لتقييم التوازن بين سلطة الدولة من جهة، والهيئات والتجمعات الخاصة من جهة أخرى، فالشمولية Totalitarianism مثلاً تقوم على إلغاء المجتمع المدني، ومن ثم يوصف نمو التجمعات والأندية الخاصة وجماعات الضغط والنقابات العمالية المستقلة في المجتمعات الشيوعية السابقة بعد انهيار الحكم الشيوعي، توصف هذه الظواهر بعودة المجتمع المدني.

ومع ذلك، يلتصق مفهوم المجتمع المدني في أغلب الحالات بدلالات معيارية وأيديولوجية، فوفقاً للرؤية الليبرالية التقليدية، يتسم المجتمع المدني بأنه مجال الاختيار، والحرية الشخصية، والمسؤولية الفردية، في مواجهة الدولة التي تقوم بوظائفها معتمدة على سلطتها الإكراهية الإلزامية، أي أن المجتمع المدني يتيح للأفراد المجال لتشكيل مصائرهم الخاصة، ويفسر ذلك أهمية وجود مجتمع مدني قوي متسم بالحيوية كملمح أساسي للديمقراطية الليبرالية، والتفضيل الأخلاقي لدي الليبراليين التقليديين

---

(1) الموسوعة الحرة لخلق وجمع المحتوى العربي. http://www.marefa.org/index.php

للمجتمع المدني على الدولة، وهو ما يظهر في الرغبة في تقليص نطاق السلطة العامة وتعظيم المجال الخاص[1].

وقدمت الكثير من التعريفات حول مفهوم المجتمع المدني في الدول العربية، وعمومًا، فبعض تلك التعريفات لا ينكر العلاقة الوطيدة بين الدولة ومفهوم المجتمع المدني ولا يضعهما في علاقة تصادمية أو علاقة تناقض، بيد أن أغلب تلك التعريفات تحاول وضع فاصل بين إطار الدولة وإطار منظمات المجتمع المدني كما تضع فاصلا مع الأطر أو البنى الوراثية أو الروابط المولودة.[2]

ومن بين تلك التعريفات التي تجعل علاقة المجتمع المدني بالدولة علاقة تصادمية التعريف الفضفاض التالي "المجتمع المدني مصطلح يقصد به مجموعة المؤسسات والهيئات السياسية والاجتماعية والثقافية والتطوعية التي تمثل مصالح القوى والجماعات في المجتمع كالاتحادات والنقابات والجمعيات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي يفترض أن تعمل باستقلالية عن سلطة الدولة وكأنها ثقل موازن لهذه السلطة بهدف ضمان عدم تحولها إلى الاستبداد"[3]

ويمكن تعريف المجتمع المدني بأنه: كل التنظيمات الخاصة المرتبطة بالدولة وخارج إطار العائلة[4]. أو باعتباره مجمل التنظيمات غير الإرثية وغير الحكومية التي تنشأ لخدمة المصالح أو المبادئ المشتركة لأعضائها[5].

---

(1) الموسوعة الحرة لخلق وجمع المحتوى العربي، مرجع سابق.

(2) الجابري، محمد عابد، "إشكالية الديمقراطية والمجتمع المدني في الوطن العربي" مجلة: المستقبل العربي، السنة 15، العدد 167 (كانون الثاني/ يناير 1993)،

(3) حسن، سمير إبراهيم، الثقافة والمجتمع، دمشق، دار الفكر، 2007، ص357.

(4) حميدة، على عبد اللطيف، المجتمع والدولة والاستعمار في ليبيا: دراسة الأصول الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لحركات وسياسات التواطؤ ومقاومة الاستعمار، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1995، ص 195.

(5) إبراهيم، سعد الدين، تأملات في مسألة الأقليات (القاهرة، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية، الكويت، دار سعاد الصباح، 1991)، ص 242.

وهو أيضاً المجتمع الذي تنتظم فيه العلاقات بين أفراده على أساس الديمقراطية، بمعنى المجتمع الذي يمارس فيه الحكم على أساس السياسية الحزبية التي تحترم فيه حقوق المواطن السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، في حدها الأدنى على الأقل[1]

ويتوسع البنك الدولي في استخداماته لمصطلح المجتمع المدني للإشارة إلى مجموعة كبيرة من المنظمات غير الحكومية والمنظمات التي لا تهدف إلى الربح، ولتلك المنظمات وجودٌ في الحياة العامة، وتنهض بعبء التعبير عن اهتمامات وقيم أعضائها أو الآخرين، استناداً إلى اعتبارات أخلاقية، أو ثقافية، أو سياسية، أو علمية، أو دينية، أو خيرية، ومن ثم يشير مصطلح منظمات المجتمع المدني إلى مجموعة كبيرة من المنظمات تضم: جمعيات المجتمعات المحلية، والمنظمات غير الحكومية، والنقابات العمالية، ومجموعات السكان الأصليين، والمنظمات الخيرية، والمنظمات الدينية، والنقابات العمالية، والمؤسسات[2].

ولبعض التيارات أو نشطاء العمل المدني تعريفات مختلفة للمجتمع المدني، فمن وجهة النظر الإسلامية يمكن تعريف المجتمع المدني بأنه: ذلك المجتمع الإنساني المتعاون في سبيل الله بهدف تشجيع انتشار القيم والمبادئ الايجابية، أو هو المجتمع الإنساني العامل لوجه الله تعالى،فالمجتمع المدني في حقيقته هو مجتمع المبادئ والقيم وفضائل والأخلاق التي تستدعيها الطبيعة الخيرة في الإنسان وتزداد إلحاحًا عليه كلما انتشرت الرذائل والقيم السلبية، وتمثله أفراد وجماعات منتظمة تأخذ شكل المؤسسات والمنظمات والنقابات والجوامع والجمعيات الخيرية، وغيرها، وبالتالي فان النظرة الإسلامية لمفهوم المجتمع المدني تفوق نظرة أولئك الذين يحصرونه

---

(1) الجابري، محمد عابد، مرجع سابق، 1993، ص5.

(2) مجلة المجتمع المدني الإلكترونية - البنك الدولي،

http://www.albankaldawli.orghttp://www.albankaldawli.org/

بالمنظمات غير الحكومية تمييزاً له عن المؤسسات الحكومية، أو عن مؤسسات السوق، فيما إذا توافر شرط (العمل في سبيل الله) أو (العمل قربة لله) أي العمل بلا مصلحة أو منفعة، ومن النتائج المترتبة على الفهم الإسلامي لمفهوم المجتمع المدني إخراج المنظمات الوهمية والنفعية والمصلحية وعدم إدخالها في مفهوم المجتمع المدني، رغم أنها تندرج ضمن مفرداته، وتعمل تحت غطائه، في حين يتم إدخال مؤسسات الدولة الخيرية، وجمعيات القطاع الخاص الخيرية إلى بيت المجتمع المدني لتَوفُر شرط العمل في سبيل الله[1].

ومع أنه يصعب وضع معايير واضحة للجمعيات أو الجماعات التي تعمل "في سبيل الله" مثلما يقول به التعريف السابق، إلا أن هذا يعبر عن مدى التنوع والاختلاف في تعريفات المجتمع المدني، بما يدفعنا للقول أن مكونات المجتمع المدني لا تنفصل عن المجتمع الاجتماعي بأنساقه المختلفة السياسية والثقافية والدينية وغيرها، مما يعني أن عناصر المجتمع المدني ما هي إلا انعكاس ممثل لمكونات المجتمع الفعلي بما فيه القوى المتنفذة أو قوى السلطة إلى جانب القوى التي تبحث لها عن وجود ومكانة في معادلات السلطة والمجتمع.

وفي ضوء ما تقدم نقول إن مفهوم المجتمع المدني لا يخلو من ميل أيديولوجي، ومن غايات عملية سياسية، وانه لم يشكل في تطوره الحديث كلاً واحداً ومنسجماً، حتى بالمعنى الليبرالي، والمهم في الأمر ليس فقط تكويناته سواء كانت تقليدية أو حديثة، إنما هو بالدرجة الأولى قيم سلوكية تنطوي على قبول الاختلاف، وحق الآخرين في تكوين منظمات أو مؤسسات تحقق مصالحهم المادية والمعنوية وتحميها وتدافع عنها،

(1) شبكة النبأ المعلوماتية- الأحد 16/تموز /2006 - 18 /جمادي الأخرى/1427

http://www.annabaa.org/nbanews/58/078.htm شوهد في 2009/11/13

والالتزام في إدارة الخلاف بالوسائل السلمية المتحضرة، أي ينبغي أن تسود قيم المجتمع المدني، وهي قيم: الاحترام والتسامح والتعاون والتكافل والتنافس الشريف والصراع السلمي[1].

سادساً - علاقة منظمات المجتمع المدني بالدولة

Relationship of Civil Society Organizations with State

ظلت طبيعة العلاقة بين الدولة ومنظمات المجتمع المدني أهم محاور التنظير والاختلاف بين الاتجاهات الفكرية في هذا الصعيد، ومثلها مثل علاقة الكنيسة بالدولة في المجتمعات الغربية في العصور الوسطى، كانت بعض الاتجاهات تميل إلى هذه المماثلة بإجراء التضاد بين المجتمع المدني ومنظماته وبين الدولة ومؤسساتها، لكن هذا لا يعني أن المفهوم الغربي ظل هو السائد أو المفهوم الأوحد من بين الاتجاهات الفكرية.

إن توسيع آليات المشاركة السياسية يعني العمل على إدماج أكبر قدر ممكن من المواطنين في مواجهة أسئلة الإصلاح، وأسئلة تطوير المجتمع وتطوير آلياته في تدبير السلطة بالصورة التي تسهم في تحقيق أفضل صور التدبير وأكثرها عدلاً، أما عملية المأسّسة، فإنها تسهم في الحدّ من آفات الشخصنة التي تحول الفرد إلى دولة، بمعنى الحدّ من تحول الرئيس والملك والأمير إلى فاعل أوحد[2].

وبذلك، فإن الدولة هي التي تخلق أطراً تمكن الفرد من العيش مع مشاكل المجتمع المدني غير المحلولة، ذلك أن الدولة هي التي تتيح المجال، إلى تحول الفرد إلى مواطن، والمواطن ما يميزه ليس رابطة الدم غير

---

(1) الصبيحي، أحمد شكر، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000، ص31.

(2) عبد اللطيف، كمال، سلطة المشاركة ودولة المؤسسات، في: دولة السلطة وسلطة الدولة، منتدى الفكر العربي، عمان، الأردن، 2009. ص 59.

المشروطة أو الحب غير المشروط، وإنما قدرته على الحكم في ما هو خير وما هو شر[1].

إذا، فالعلاقة بين الدولة والمجتمع هي علاقة عضوية، فلا وجود لمجتمع مدني بلا دولة قانون، ولا وجود لدولة قانون بلا مجتمع ، فالدولة هي التي تتكفل بوضع القوانين وحمايتها، وتتكفل بحماية المواطنة، بينما يتكفل المجتمع المدني بالمشاركة والإسهام في تحقيق الأهداف المنشودة للدولة والمجتمع نحو التقدم والاستقرار. وبهذا، فإن العلاقة بين المجتمع والدولة هي أشبه ما تكون "بتوأمين سياميين"[2]، والمجتمع المدني مرتبط في البلاد العربية وحياتها وتاريخها ارتباطًا وثيقاً بالدولة بالنسبة لنشأته ونموه وازدهاره، فالدولة والمجتمع المدني ليسا أمرين مستقلين أحدهما عن الآخر، ولكنهما مترابطان كليًا، بل إن المجتمع المدني هو جزء من السياسة بمعناها الواسع العميق، أي أن أصول المجتمع المدني تكمن في المجتمع السياسي[3].

سابعًا - دور منظمات المجتمع المدني في التنمية

The Role of Civil Society Organizations in Development

كانت المنظمات غير الحكومية في الماضي خيرية الطابع هدفها تحقيق جزء من التكافل الاجتماعي وإيجاد مكانات اجتماعية لبعض أبناء الطبقات الميسورة، أما المنظمات غير الحكومية المعاصرة فهي تطمح إلى تجاوز العمل الخيري باتجاه التأثير في سياسات الدولة في مجالات جزئية، ويختلف العمل "غير الحكومي" عن الخيري بأن هدفه هو التأثير في

---

(1) بشارة، عزمي، المجتمع المدني: دراسة نقدية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، ص 151-152.

(2) المرجع السابق.

(3) الصبيحي، احمد شكر، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000، ص 187- 188.

السياسة والتخطيط، في حين يختلف عن العمل السياسي في تعامله مع الجزئيات دون تقديم تصور عام بديل في الحياة السياسية، أي دون أن يهدف إلى تغيير السياسة القائمة ونظام الحكم[1].

برز الاهتمام بالمنظمات المدنية باعتبارها وسائط للتنمية في العقدين الأخيرين، وترافق هذا مع ظهور توجه المؤسسات الاقتصادية والمالية الدولية (البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي) نحو الخصخصة، والتكييف الهيكلي وتقليص دور الدولة الاقتصادي في إطار تهيئة المناخ لنمو القطاع الخاص، وتقليص خدمات الدولة الاجتماعية للمواطنين، ومن هنا بات ينظر إلى المنظمات الأهلية كوسائط للتنمية المحلية وتولي وظائف"دولة الرعاية" في مجال توفير خدمات أساسية للمواطنين، وتم تسويغ هذا التوجه عبر مقولة أن حرية تشكيل منظمات مدنية هي صلب حقوق الإنسان،واعتبار أن هذا الحق يتجسد في تشكيل الروابط والمنظمات والمؤسسات الهادفة إلى تحسين مستويات المعيشة، والمطالبة بتنفيذ برامج وخطط وقوانين معينة، والدفاع عن مصالح وحقوق الفئات الاجتماعية المختلفة،ومن هنا كانت فكرة مشاركة الحكومة والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني (القطاعات الثلاثة) في عمليات التنمية. ونجد في هذه التوجهات تفسير الاهتمام الدولي (الغربي الحكومي والمدني المحلي) في تشجيع وتمويل العديد من المنظمات غير الحكومية في دول العالم الثالث،بما فيها العالم العربي، باعتبارها أقل عرضة للفساد والهدر من المؤسسات الحكومية وأقدر على الضغط على هذه ومراقبتها، ويترتب على التمويل الخارجي لقطاع من المنظمات المدنية تساؤلات تتعلق بتأثير

---

(1) بشارة، عزمي، مرجع سابق، 2003، ص 269- 270.

"أجندات" الجهات المانحة في برامج المنظمات المدنية المستقبلة، كما في قدرتها على إدامة نفسها، وعلى التمتع باستقلالية برنامجية ومالية[1].

وفي الاجتماع الذي عقدته على مستوى رفيع "لجنة المساعدة للتنمية" عام 1997 في عمان، وهي لجنة منبثقة عن "منظمة التعاون لاقتصادي والتنمية"،توصلت اللجنة إلى عدد من النتائج المتصلة بعملية التنمية والمشاركاتية والحكم الصالح، وكان منها "إن الربط بين التنمية والمشاركة والحكم لا يمكن تعزيزه إلا إذا كان المجتمع الأهلي والقطاع الخاص قادرين على الدعوة للإصلاحات التي تحتاجها الأنظمة السياسية والاقتصادية."[2]

ثامنًا - ازدياد التوجه نحو عمل منظمات المجتمع المدني

The Increasing Trend Towards the Work of Civil Society Organizations

ارتفع عدد الهيئات غير الحكومية العربية من أقل من 20 ألف في منتصف الستينيات، إلى حوالي 70 ألف في أواخر الثمانينيات[3].

وقد حدثت زيادة كبيرة في حجم ونطاق وقدرات المجتمع المدني في مختلف أنحاء العالم على مدى السنوات العشر الماضية، وساعد على ذلك انتشار ظاهرة العالمية واتساع نطاق الحكم الديمقراطي، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والتكامل الاقتصادي، وكمثال توضيحي، ذُكر أن عدد المنظمات غير الحكومية الدولية زاد من 6،000 منظمة في عام 1990

---

(1) هلال، جميل، مداخلة حول ندوة المجتمع المدني، بيروت تشرين أول 2004 http://www.boell-meo.org/ar/web/219.html شوهد بتاريخ، 12/11/2009.

(2) منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، لجنة المساعدات التنموية، التقرير النهائي للجنة العمل الخاصة عن التطوير المشاركاتي والحكم الصالح، القسم الأول (باريس، 1997) ص8.

(3) السيد، يسين، "مستقبل المجتمع المدني: الأزمة الثقافية ومستقبل المجتمع المدني"، ورقة قدمت إلى: المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية، مركز الوحدة العربية. نقلا عن: أحمد صبحي شاكر، مرجع سابق، ص 74.

إلى 26،000 منظمة في عام 1999. كما أصبحت منظمات المجتمع المدني من العناصر الفاعلة الهامة في تنفيذ المساعدات الإنمائية الدولية، فقد ذكرت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي أن منظمات المجتمع المدني كانت توجه حوالي 11- 12 بليون دولار أمريكي في شكل معونات إنمائية سنويا إلى البلدان النامية في أواخر التسعينيات، كما أصبحت منظمات المجتمع المدني عناصر فاعلة في تقديم الخدمات الاجتماعية وتنفيذ برامج التنمية الأخرى كمكمل للعمل الحكومي، خاصة في المناطق التي يكون فيها الوجود الحكومي ضعيفاً مثلما هو الحال في أوضاع ما بعد انتهاء الصراعات.

وأصبحت منظمات المجتمع المدني أيضًا بمثابة قنوات هامة لتوصيل الخدمات الاجتماعية وتنفيذ مشروعات التنمية الأخرى، ولا سيما في المناطق التي يضعف فيها التواجد الحكومي، أو في حالات ما بعد انتهاء الصراعات، أو حيث تلعب خبرات المجتمع المدني وتجاربه دوراً متمماً للعمل الحكومي.[1]

وقد شهدت سنوات العقد المنصرم توسعاً مذهلاً في حجم ونطاق وقدرات المجتمع المدني في جميع أنحاء العالم، مدعوماً بعملية العالمية واتساع نطاق نظم الحكم الديمقراطية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والتكامل الاقتصادي، ووفقاً لحولية المنظمات الدولية، فقد زاد عدد المنظمات غير الحكومية الدولية من 6000 عام 1990 إلى ما يزيد على 50 ألفاً عام 2006. وأصبح لمنظمات المجتمع المدني دور بارز في تقديم المساعدات الإنمائية على مستوى العالم؛ حيث يشير تقرير منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي إلى أن هذه المنظمات قدمت

---

(1) البنك الدولي، الموقع الإلكتروني، http://web.worldbank.org

مساعدات تقدر بحوالي 15 مليار دولار أمريكي من المساعدات الدولية حتى عام 2006.[1]

إن قطاع المجتمع المدني لا يبرز فقط كجهة فاعلة واضحة على المستوى المجتمعي في أجزاء كثيرة من العالم، لكنه يتسم كذلك بتنوع ثري في طبيعته وبنيته، ولهذا السبب؛ تتفاوت تعريفات المجتمع المدني بدرجة كبيرة استناداً إلى اختلاف النماذج الفكرية، والأصول التاريخية، والإطار القطري العام.

تاسعًا - دور المنتدى العالمي الاجتماعي في المسؤولية الاجتماعية

The Role of the World Social Forum in Social Responsibility

يحاول قادة ونشطاء الكثير من منظمات المجتمع المدني حول العالم تنظيم أنشطتهم فيما يسمى "المنتدى العالمي الاجتماعي" الذي يهدف إلى لفت الانتباه إلى المخاطر الاجتماعية للعالمية وسياساتها الاقتصادية والسياسية، ويهدف أيضًا لتحقيق نوع من الترابط بين منظمات المجتمع المدني لمواجهة ما يعتبرونه خطر العالمية التي تقوده مؤسسات الرأسمالية الحديثة، تلك المتمثلة في منظمة التجارة العالمية وقمة الدول الصناعية والبنك الدولي وصندوق النقد الدولي وغيره من المؤسسات الرأسمالية، وهم يوجهون انتقادات حادة واتهامات واضحة حول نوايا ومخططات الدول الصناعية المتقدمة ومؤسساتها بشأن مستقبل الدول الفقيرة والمجتمعات النامية.

كما برز تأثير منظمات المجتمع المدني في صياغة السياسة العامة العالمية على مدى السنوات العشرين الماضية، ويتمثل هذا النشاط الديناميكي في حملات الدعوة الناجحة بشأن قضايا مثل حظر استخدام

---

(1) البنك الدولي، المرجع السابق.

الألغام الأرضية، وإلغاء الديون، وحماية البيئة، التي حشدت آلاف المؤيدين في مختلف أنحاء العالم، ومن الأمثلة الحديثة العهد على حيوية المجتمع المدني العالمي"المنتدى الاجتماعي العالمي" الذي يعقد سنويا منذ عام 2001 في قارات مختلفة، وقد عقد المنتدى الاجتماعي العالمي الأخير في يناير 2012 في "بيليم" بالبرازيل، على وقع مناهضة مسيرة ضخمة ضمّت حوالي 70000 شخص، لمناقشة واقتراح بدائل أكثر إنصافاً واستدامة للنماذج الحالية للعالمية الاقتصادية.[1]

وفي الوقت نفسه يتعرض المنتدى الاجتماعي العالمي لانتقادات عدة، خصوصًا من الأحزاب الاشتراكية والشيوعية علاوة على التيارات الإسلامية والوطنية، باعتباره لم ينتج سوى القليل من الأفكار العملية، وتركيزه بدلاً من ذلك على انتقادات عامة وغامضة ضد الاستعمار والليبرالية الجديدة، ومن ناحية أخرى يرى البعض أن المنتدى الاجتماعي العالمي يحاول أن يتصرف كما لو كان مركزاً لصناعة القرار نيابة عن جماعات منشقة أو معارضة، مثلما تصرف الشيوعيون الدوليون فيما سبق، وهناك انتقاد آخر أكثر شيوعاً من السابق لكنه يسير في الاتجاه المعاكس، ومفاده: أن الجماعة لم تحدد إجراءات محددة يتم بموجبها إجماع على رأي محدد أو بيانات التأييد، وبالنسبة لبعضهم ومن داخل المؤتمر نفسه، فإن المجتمع المدني الذي يتميز بالتنوع وعدم الانسجام في تركيبته والتشتت في أنشطته، لا يمكن أن يكون قوة سياسية إلا إذا كان منظمًا في شكل هرمي وتراتبي، مثل الحكومات والأحزاب والجيوش والحركات والكنائس، وهكذا، فإن المنتدى الاجتماعي العالمي يمثل بالنسبة لهم مضيعة للوقت والطاقة والموارد، لأنه فشل في القيام

(1) http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=20918.

بالمهمة، التي تعد مستحيلة في واقع الأمر، والمتمثلة في قيادة المجتمع المدني للعمل كجسم واحد نحو تحقيق بعض الأهداف.[1]

ويرى البعض ومنهم وطنيون أو حكوميون؛ أن تيارات ومنظمات المجتمع المدني تُستغل وتوجه وتشغل من قبل جهات خارجية لها أجندات غير الأجندات الوطنية، منها زعزعة الاستقرار وإضعاف الانتماء الوطني، بل أكثر من ذلك، فالكثيرون يتهمونها بأنها إنما تجمع بيانات تجسسية لصالح جهات خارجية، مثلما يحدث بالنسبة للمنظمات التي تعمل في حقول حقوق الإنسان والسجناء والإعلام وغير ذلك من الأنشطة، ولذلك تقوم بعض حكومات الدول العربية بين الحين والآخر بمراقبة هذه المنظمات والتشكيك في مصادر تمويلها وأجندتها، وكان آخر تلك الحملات ما قامت به حكومة ما بعد "الثورة المصرية" في 2011 من إصدار أوامر اعتقال خمسة عشر ناشطًا أمريكيًا بدعوى العمل على زعزعة الاستقرار في مصر والتدخل في شؤونها الداخلية وتلقي أموال خارجية لتلك الأغراض.

ومع توسيع باب المشاركة الجماهيرية وتذمر المجتمع من الدولة وسياساتها وكذلك تقلص صلاحيات الدولة مع التطورات المتسارعة في الاقتصاد وثورة المعلومات، ومع ظهور ما يمكن تسميته المجتمع المدني الكوني ظهر على الساحة لاعبون جدد؛ وهو ما عرف بالحركات الاجتماعية Social Movments ،[2] وهذه الحركات تحاول تمييز نفسها عن كلا المجالين: الدولة والمجتمع المدني، وهي بذلك تنزع إلى التخلي عن قواعد المجتمع المدني التقليدية مثل الأحزاب والنقابات، وتمتد هذه الحركات النسوية إلى الجمعيات الشبابية وحماية البيئة والحيوان والطفل وغيرهم للدرجة التي باتت هذه الجمعيات تعمل على خلخلة طمأنينة الدولة

---

(1) شيكو ويتيكر، 2012 المنتدى الاجتماعي العالمي: ماذا الآن؟ http://www.e-joussour.net/ar/node/11474

(2) أبو سيف، عاطف، المجتمع المدني والدولة، عمان/ رام الله، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005، ص 46.

كما تعمل على دفع الحراك في المجتمع المدني إلى أقصاه من خلال التنوع والتعدد والتنافس.[1]

والملاحظات الرئيسية الأكثر بروزاً نحو هذه الحركات الجديدة؛ التي تحاول بناء حركة عالمية؛ تتمتع ببنية قرار وقيادة وتوجهات وسياسات ومواقف هو ما يتعلق بمحورين أساسيين: الأول المتعلق بتوجهات هذه الحركات نحو معاداة سياسات الدولة الوطنية، خصوصًا في الدول النامية الأقل حصانة على مواجهة الضغوط الخارجية، ثم محور التمويل القادم إما من الحكومات الغربية (الولايات المتحدة ودول الاتحاد الأوروبي)، أو من خلال منظمات ومؤسسات مالية ضخمة عابرة للقارات، مما يثير الهواجس حول الأجندة الحقيقية لتلك الحركات التي تحاول التلفع بعباءة العالمية.[2]

عاشرًا. منظمات المجتمع المدني Civil Society Organizations

تبنى البنك الدولي تعريفاً للمجتمع المدني أعده عدد من المراكز البحثية الرائدة، حيث يشير مصطلح المجتمع المدني إلى المجموعة واسعة النطاق من المنظمات غير الحكومية والمنظمات غير الربحية التي لها وجودٌ في الحياة العامة وتنهض بعبء التعبير عن اهتمامات وقيم أعضائها أو الآخرين، استناداً إلى اعتبارات أخلاقية أو ثقافية أو سياسية أو علمية أو دينية أو خيرية، ومن ثم يشير مصطلح منظمات المجتمع المدني إلى مجموعة عريضة من المنظمات، تضم: الجماعات الاجتماعية المحلية، والمنظمات غير الحكومية، والنقابات العمالية، وجماعات السكان الأصليين، والمنظمات الخيرية، والمنظمات الدينية، والنقابات المهنية، ومؤسسات العمل

(1) إيبرلي، دون إي، بناء مجتمع من المواطنين: المجتمع المدني في القرن الواحد والعشرين، ترجمة هشام عبد الله، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، 2003، ص 12.

(2) أنظر مثلا: أبو سيف، عاطف، 2005. مرجع سابق، ص 54 فما فصاعدا.

الخيري[1]. ويثار الجدل حول منظمات المجتمع المدني في محاور عديدة، منها:

1) أية أشكال من المنظمات أو التجمعات التنظيمية تعد منظمات مجتمع مدني وأيها لا تعد كذلك؟

يرفض البعض اعتبار بعض الأشكال التنظيمية الأهلية أو شبه الأهلية من ضمن منظمات المجتمع المدني، ومن أمثلة ذلك الاتحادات الطلابية والأحزاب السياسية والنقابات العمالية، بحجة أن تلك التنظيمات أو الاتحادات ما هي إلا امتداد شعبي للحكومات القائمة، أو لأن بعضها لا يلتزم بشرط "الطوعية في الانتماء"، هذا الشرط الذي بدأ يظهر في التعريفات الجديدة لمنظمات المجتمع المدني.

وتأتي الحجة الثانية في اعتبار أن بعض تلك المنظمات أو الاتحادات تمثل مصالح أعضائها، وهي تضع نصب عينيها احتكار بعض المزايا لأعضائها بما يشكل نوع من الإقصائية أو الاحتكارية، وتعد الاتحادات المهنية مثالا عن ذلك (نقابة الصحفيين، نقابات الأطباء والمهندسين والمقاولين والفنانين، وغيرها)، ويتداخل هذا الشرط مع الشرط السابق من أن الانتماء والعضوية في بعض هذه المنظمات أصبح إجبارياً لممارسة بعض المهن (مهنة المحاماة في الأردن مثلاً)، أو بعض الأنشطة (بعض الاتحادات الأدبية المغلقة على أعضائها).

2) أية مواصفات يجب أن تمتاز بها إدارة منظمة المجتمع المدني؟

تكاد أغلب التعريفات تتفق على أن منظمات المجتمع المدني لا تبتغي من ضمن أهدافها تحقيق الربح لأعضائها من وراء نشاط المنظمة وأعضائها، ويشترط البعض أن تتولى منظمات المجتمع المدني تقديم خدمة ما تندرج في نطاق المسؤولية الاجتماعية أو في نطاق التنمية

(1) موقع البنك الدولي http://web.worldbank.org/

البشرية أو البيئية كي تعد واحدة من منظمات المجتمع المدني، وعلى تلك المنظمات أيضًا أن تتمتع بدرجات عالية من الإفصاح والمكاشفة والأنظمة المالية الشفافة والحصول على الأهلية من المؤسسات التمويلية، لا أن تبقي أعمالها أسراراً لا يطلع عليها غير الأعضاء والنشطاء في المنظمة، ويتأتى ذلك بمجموعة من المعايير؛ أهمها قبول المحاسبة والمراقبة القانونية والشعبية ونشر تقارير دورية عبر وسائل الإعلام المتاحة تلتزم بمعايير إصدار التقارير من شفافية ودقة وإفصاح، خصوصًا في مجالي الواردات والصادرات والأنشطة.

3) أية جهة تتولى المنظمة تقديم خدمات المسؤولية الاجتماعية لها؟

على الأغلب فإن منظمات المجتمع المدني تقام وتنطلق بدوافع أخلاقية أو اجتماعية تندرج في نطاق التنمية الشاملة، لذلك فهي تأخذ على عاتقها تقديم خدمة معينة أو منظومة من الخدمات لقطاع أو شريحة أو أكثر من قطاعات أو شرائح المجتمع ذات الحاجة.

وهذا يعني أن البعض لا يعد بعض الاتحادات التي تقتصر بتقديم الخدمة على أعضائها فحسب بأنها منظمات مجتمع مدني، ذلك أن مثل هذه الاتحادات أو المنظمات هي تجمعات مصلحة لفئة محددة من الناس وتبتغي تحقيق إما الأرباح المادية المباشرة أو العوائد الاجتماعية غير المباشرة (كالنفوذ والجاه والدعاية).

4) أية "قيمة مضافة" أو أية فوائد تقدمها المنظمة للمجتمع أو لأعضائها؟

لا يكفي أن تتمتع المنظمة بدرجات عالية من الإفصاح والمكاشفة والأنظمة المالية الشفافة والحصول على الأهلية من المؤسسات التمويلية كي تجاز كمنظمة مجتمع مدني، بل من المهم تحديد ماهية مساهمة منظمات المجتمع المدني في المجتمع، ويكون ذلك من خلال تقييم أثر المشاريع التي تنفذها، وقياس حجم التغيير الذي تحدثه المنظمات في

المجتمع، سواء في التشريعات أو في الممارسات أو في الثقافة أو في السياسات، وهنا تكمن المعضلة الأصعب، أو ما نسميه "بشرط الكفاية"، وهو ما نعوّل على مؤسسة المستقبل الالتفات إليه في مسيرتها البحثية في المستقبل[1].

5) ما الدور الوظيفي الذي تلعبه المنظمات غير الحكومية في السياسات الوطنية والإقليمية والدولية؟

مثلما اتضح من المداخلات السابقة، فإن مسألة تمويل هذه المنظمات ومرجعية السياسات التي تتبناها تثير الكثير من الشكوك والهواجس؛ ليس من قبل المراقبين الحكوميين فحسب، بل ومن قبل الجمهور أيضًا، إذ من الصعب تفهم أن تلك المنظمات لا تلتزم بتوجهات وتوجيهات مموليها من الحكومات الغربية أو من قبل الشركات الممولة، والوظيفة النهائية لهذا التمويل، وذلك التوجيه هو التقليل من هيبة الدولة الوطنية وإفساح المجال للتدخل في شؤونها وسياساتها الداخلية والخارجية.

حادي عشر. أساليب منظمات المجتمع المدني في مشاركة المسؤولية الاجتماعية

Methods of Civil Society Organizations in the Participation of Social Responsibility

من أجل أن تنجز منظمات المجتمع المدني المهمات الملقاة على عاتقها، فإنها تتبع أربعة أساليب أو أربعة أنواع من السياسات، كما يلي:[2]

---

(1) الطاهر، مي عصام، مساءلة منظمات المجتمع المدني ... بين شرط الضرورة والكفاية، جريدة الغد، الأردن: 2011/07/25.

(2) ليلة، علي، "المسؤولية الاجتماعية تعريف المفهوم وتعيين بنية المتغير" بحث مقدم للمؤتمر السنوي للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بالقاهرة بعنوان "المسؤولية الاجتماعية والمواطنة" الفترة من 16- 19 2009.

الأسلوب الأول، ومن خلاله يسعى المجتمع المدني إلى تطوير قدرات المهمشين بالعمل على تمكينهم من الناحية الاقتصادية، من خلال صيغ المشروعات الصغيرة تارةً، أو إعادة تأهيلهم بحسب متطلبات واحتياجات سوق العمل الحديثة تارةً أخرى، وفى هذا الصدد فإن تبنى المنطق الجديد للتنمية، وهى التنمية المستدامة التي تتميز بأنها تبدأ التطوير من أسفل، أي من الجماهير المهمشة ذاتها بتحويلها من قوى عاطلة، إلى قوى قادرة على الإنتاج والعطاء، إنما يكون من خلال تنظيمهم في أطر إنتاجية تستوعب طاقة العمل التي لديهم، خاصة أن التنمية التي ينشدها المجتمع المدني، هي تنمية تعتمد على الخامات المحلية بالأساس، بالإضافة إلى ذلك يسعى المجتمع المدني إلى تدبير تمويل مشروعاته التنموية هذه، من خلال مصادر عديدة، قد تكون الدولة، وقد تكون مؤسسات التمويل الدولية، وقد يكون القطاع الخاص، وقد يصدر التمويل عن بعض أهل الخير أو المستفيدين المهمشين والفقراء أنفسهم، حتى يشعروا بأنهم قد تحولوا إلى منتجين ولا يتلقون إحسانًا.

الأسلوب الثاني، ويعمل المجتمع المدني باتجاه تطوير القدرات السياسية والثقافية والاجتماعية للمهمشين الفقراء، وتطوير قدراتهم الاجتماعية بأن يجعلهم ينتظمون في روابط وجماعات، قادرة على إنتاج رأس المال الاجتماعي، من خلال صيغ عديدة أبرزها صيغة العون المتبادل، ذلك بالإضافة إلى محو أميتهم وتطوير قدراتهم فيما يتعلق بمتابعة القضايا العامة سواء تلك الخاصة بالمجتمع المحلى أو المجتمع العام، يضاف إلى ذلك، فإن انتظام هؤلاء المهمشين من خلال تنظيمات المجتمع المدني يساعدهم في التدريب على المشاركة السياسية والاجتماعية، بما يجعلهم مواطنين قادرين على تحمل مسئولياتهم الاجتماعية تجاه عائلاتهم،

ومجتمعهم المحلى والعام، أي يصبح في مقدورهم ممارسة المواطنة حسب متطلباتها ومعاييرها الأساسية.

الأسلوب الثالث، ويتمثل في التبشير بصيغة الحكم الرشيد، لتصبح الصيغة التي تضبط معايير التفاعل السياسي والبيروقراطي والاجتماعي على السواء، بحيث يصبح التبشير بهذه الصيغة الحديثة للتفاعل مدخلاً للتعجيل بالتحول الديمقراطي من ناحية، ولتطوير العلاقة بين المواطن والدولة من ناحية ثانية، ولإنجاز ذلك فإننا نجد أن تنظيمات المجتمع المدني تتبنى الدعوة باتجاه اللامركزية في الإدارة وممارسة السلطة، وذلك باعتبار أنه إذا كانت تنظيمات المجتمع المدني تبدأ عملها من ساحة الجماهير، فإنها تدرب هذه الجماهير على المشاركة في إدارة شؤونها، ولن يتحقق ذلك إلا من خلال تقليص المسافة بين المستويات العليا والدنيا للإدارة، والهبوط بالمستويات العليا من مركزيتها الإدارية في العواصم إلى لا مركزية تقترب من الجماهير.

الأسلوب الرابع، وهو الهادف إلى حراسة ومراقبة التحول الديمقراطي، حتى يمكن إنجاز هذا التحول وفق معاييره الصحيحة، بحيث يساعد ذلك على قبول أصحاب القرار إمكانية المشاركة في مقابل إقبال المواطنين على المشاركة، والعمل على تصحيح أي انحراف عن الممارسة الديمقراطية من الطرفين[1].

(1) ليلة، على، مصدر سابق، 2009.

حالة دراسية رقم (5)

مؤسسة غيتس للأعمال الخيرية [1]

تعتبر مؤسسة "بيل وميليندا غيتس" أكبر مؤسسة خيرية خاصة في العالم بموجودات تقارب ستة وثلاثين مليار دولار وفقاً لأرقام عام 2011، وتتركز جهودها بصورة خاصة على تحسين الأوضاع الصحية ومحاربة الفقر في العالم، أما داخل الولايات المتحدة فتعمل على توسيع آفاق التعليم ومجالاته المختلفة عن طريق تكنولوجيا المعلومات.

وفي السنوات الأخيرة توسع نشاط المؤسسة، فأصبحت تساهم في تقديم مساعدات كبيرة لضحايا الكوارث الطبيعية كالزلازل والأعاصير والفيضانات وغيرها.

وتتخذ المؤسسة التي تأسست عام 1994 من سياتل بولاية واشنطن مقراً رسمياً لها، لكن فروعها تغطي العديد من المدن الأميركية؛ إذ إن مؤسسة غيتس تعمل في الولايات الخمسين كافة بالإضافة إلى أكثر من مائة دولة.

كانت اللبنة الأولى في العمل الخيري قد وضعها بيل غيتس أحد مؤسسي شركة مايكروسوفت العملاقة للبرمجيات وعقيلته ميليندا، بعد أن تبرع الزوجان بأسهم قيمتها أربعة وتسعون مليون دولار، وأسسا ما عرف باسم "مؤسسة وليام غيتس"، لكن في عام 1999 تم تغيير الاسم إلى ما هو عليه اليوم.

في عام 2000م قدم الزوجان للمؤسسة مائة وستة وعشرين مليون دولار إضافية لتوسيع مجال عملها في العمل الخيري، وفي السنوات الثلاث التالية ضخ الزوجان والمتبرعون مليارين من الدولارات إلى صندوق المؤسسة حتى

(1) جريدة القبس الكويتية، السبت 06 أغسطس 2011، 06 رمضان 1432، العدد 13718.

بات الكثيرون يؤكدون أن هذه المؤسسة العملاقة فجرت ثورة في العمل الخيري وشجعت الكثيرين على سلوك هذا الطريق.

وفي يونيو 2006 أعلن الملياردير وارين بوفيت، الذي كان في ذلك العام يحتل المركز الأول بين أغنى أغنياء العالم بثروة تبلغ (62) مليار دولار، أنه قرر التبرع لهذه المؤسسة بثلاثين مليار دولار على أقساط سنوية لمدة عشر سنوات بهدف تمكينها من مضاعفة خدماتها.

أهم مساهمات المؤسسة في مجال المسؤولية الاجتماعية:

1) **المساهمة في محاربة شلل الأطفال:** حسب القوانين الأميركية المنظمة لعمل المؤسسات والجمعيات الخيرية يتعيّن على أي منها أن تنفق ما لا يقل عن خمسة في المائة من موجوداتها على الأعمال الخيرية، مما يعني أن مؤسسة غيتس تنفق سنوياً ملياراً وخمسمائة مليون دولار كحد أدنى.

وفي عام 2008 تبرعت مؤسسة "غيتس" بثمانمائة مليون دولار لمنظمة الصحة العالمية التابعة للأمم المتحدة التي تضم في عضويتها 193 دولة، وتعهدت بالتبرع للمنظمة بالمبلغ ذاته كل عام، وذلك لمساعدتها في محاربة شلل الأطفال وغيره من الأمراض التي تقضي على حياة الملايين خاصة في أفريقيا، وتشير وثائق منظمة الصحة العالمية إلى أن مؤسسة غيتس تساهم في تغطية 17٪ من ميزانيتها المخصصة للقضاء على شلل الأطفال، كذلك تبرعت هذه المؤسسة عام 2005 بسبعمائة وخمسين مليون دولار للعديد من المنظمات العالمية العاملة في مجال تقديم الخدمات الصحية وبالذات لقاحات المناعة في البلدان الفقيرة.

2) **دعم الأبحاث الطبية:** تبرعت المؤسسة بسبعة وعشرين مليون دولار لمختبر أبحاث طبية تابع لجامعة واشنطن يعمل لتصنيع عقار ضد

شكل من أشكال التهاب الدماغ الذي يسببه البعوض، كما تقدم المؤسسة مساعدات سنوية بملايين الدولارات لجمعيات خيرية تعمل في مجال توعية العامة في المجالات الصحية، وفي عام 2009 تبرعت مؤسسة غيتس بمائتين وسبعة وثمانين مليون دولار لستة عشر معهد أبحاث طبية تعمل في تصنيع أدوية لمعالجة مرضى نقص المناعة (الإيدز)، بشرط أن تتبادل المعلومات ونتائج الأبحاث فيما بينها.

وتبرعت المؤسسة بمائتين وثمانين مليون دولار للمساعدة في الأبحاث الطبية المخصصة لتصنيع عقار يعالج مرضى السل خاصة في الدول الفقيرة، كذلك تبرعت المؤسسة بخمسة ملايين دولار لمعهد أبحاث يعمل في مجال مكافحة العديد من الأمراض الاستوائية والملاريا التي تصيب الملايين من الأشخاص في أفريقيا، خاصة في إثيوبيا.

3) **مجال التعليم:** تقدم مؤسسة غيتس مساعدات وقروض بشروط ميسرة لآلاف الطلاب والمؤسسات العلمية في مختلف أنحاء العالم، وذلك بميزانية تقارب المائة مليون دولار، كذلك تقدم المؤسسة قروضاً بشروط ميسرة للغاية لمساعدة الراغبين في تحسين مستوى معيشتهم والمباشرة في مشروعات زراعية أو تجارية أو صناعية صغيرة وذلك في إطار جهودها لمحاربة الفقر.

وفي عام 2009 قدمت المؤسسة (19.9) مليون دولار للمعهد الدولي لدراسات الأرز وذلك لمساعدته في الأبحاث الخاصة لتطوير زراعة الأرز باعتباره مادة غذائية رئيسية لدى مئات الملايين من البشر، خاصة في الدول الفقيرة أو النامية.

وفي أفريقيا تتضافر جهود مؤسسة غيتس ومؤسسة روكفلر العاملة في المجال الخيري أيضاً، وذلك من أجل تطوير العمل الزراعي، وتنظيم المزارع العائلية الصغيرة، لمساعدة المزارعين على تطوير وتحسين الإنتاج وبالتالي رفع مستوى حياة المزارعين أنفسهم.

حالة دراسية رقم (6)
جمعية إنعاش الأسرة (فلسطين)

جمعية إنعاش الأسرة إحدى طلائع المؤسسات الاجتماعية التطوعية في فلسطين، تأسست الجمعية في مدينة رام الله عام 1965 بمبادرة خيرة من المرحومة سميحة خليل (أم خليل) رئيسة الجمعية السابقة ومجموعة من زميلاتها، وهي مؤسسة نسائية تعمل في ميدان النضال الوطني في كافة الاتجاهات؛ وبالخصوص الرفع من مستوى المرأة وتمكينها في مجالات متعددة، وتحظى الجمعية بسمعة حسنة لا تضاهى في المجتمع الفلسطيني نتيجة لفلسفتها في العمل القائمة على روح الانتماء الوطني، كضرورة مهمة لمجابهة تحديات الاحتلال الهادف إلى اقتلاع الإنسان الفلسطيني وطمس هويته، وقد نجحت الجمعية في تحقيق الكثير من برامجها؛ بل وظلت في طريق التطور والنماء لتستفيد منها عبر السنوات آلاف الأسر الفلسطينية؛ وربما عشرات آلاف الطلبة في المدارس والجامعات ومراكز التدريب المهني.

أهداف الجمعية:

1. الوقوف إلى جانب الشعب الفلسطيني في كفاحه من أجل الحرية والاستقلال.
2. الاهتمام بالجوانب الثقافية المختلفة للشعب الفلسطيني.
3. الاهتمام بالمرأة ودورها الفاعل في بناء المجتمع، وتأهيلها بمهنة تمكنها من أداء هذا الدور في تنمية المجتمع وأسرتها.
4. الحفاظ على التراث الشعبي الفلسطيني من الضياع والانتحال والسرقة.
5. الاهتمام بالطفل والعناية به باعتباره أمل الأمة ومستقبلها.

مصادر تمويل الجمعية:

المتبرعون من أبناء الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج، إضافة إلى مشاريع الجمعية الإنتاجية، وبعض المعونات من بعض الدول المانحة، أما أهم المؤسسات الداعمة للجمعية، فهي: الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي في الكويت، ومؤسسة التعاون بفرعيها في فلسطين ولندن، ولجان أصدقاء الجمعية في عمان والظهران ودبي وكندا، ومؤسسة عرفان في كندا وصندوق الدعم القطري.

مشاريع الجمعية:

(1) **مركز التراث الشعبي:** تأسس مركز التراث الشعبي التابع للجمعية في عام 1972، ويعنى بجمع التراث الشعبي الفلسطيني ودراسته، وقد أصدر المركز العديد من الكتب والدراسات (16 كتابًا)، وأصدر (52) عددًا من مجلة التراث والمجتمع، وهي مجلة رصينة محكمة، ويضم المركز قسمين، هما:

1. قسم الدراسات والأبحاث والنشر: يقوم هذا القسم بعمل الأبحاث وتحرير مجلة التراث والمجتمع وإصدارها وتوزيعها ونشر الكتب وعقد المؤتمرات والإشراف على سائر نشاطات المركز.
2. أرشيف الوثائق: ويضم وثائق متنوعة سياسية واجتماعية وسواهما، كما يضم وثائق في التاريخ الشفوي، ووثائق ومواد في التراث الشعبي الفلسطيني.

(2) **منزل الفتيات اليتيمات منذ عام 1984**، وتقوم برعاية الفتيات اليتيمات، ويصل عدد الفتيات إلى 150 في الدورة الواحدة، حيث تتكفل الجمعية بتربية الفتيات بتوفير المسكن والغذاء والعلاج والتعليم إلى أن يجري تخريجهن في دورات الجمعية المهنية، في كلية التمريض التابعة لها، وتبدي الجمعية حرصًا كبيرًا للملابس التراثية الفلسطينية

وتشجع الفتيات والأسر كافة للحفاظ على الأزياء التراثية الفلسطينية وإنتاجها واستخدامها، وكذلك بالنسبة للمشغولات اليدوية الكثيرة التي تستخدم في المنازل والمكاتب، ويوجد في الجمعية بازار يعرض فيه الأشغال التراثية باستمرار.

(3) **المراكز الأكاديمية، وتضم:**

1. كلية تمنح شهادات التمريض وشهادات السكرتارية والسجلات.
2. مركز التدريب المهني، ويقيم دورات للفتيات في السكرتاريا والكمبيوتر والتجميل والخياطة وتربية الطفل ومحو الأمية.
3. حضانة وروضة أطفال.

(4) **المراكز الإنتاجية:** توفر الجمعية فرص عمل للأسر بأشكال مختلفة، خصوصًا في مجال الإنتاج المنزلي للأغذية والملابس التقليدية، وكذلك وفرت الجمعية مركزا للعلاج الطبيعي وزودته بأحدث الأجهزة بتبرع من جهات أوروبية، وتدير الجمعية أيضًا مشغلاً للألبسة الجاهزة وتستغله في مجال تدريب الفتيات على الإنتاج، كذلك للجمعية صالون لتزيين السيدات، حيث يستغل للتدريب أيضًا، ويوجد للجمعية مساكن تأوي 40 طالبة من الطالبات اليتيمات اللاتي تبنتهن الجمعية للتعليم الجامعي، ثم تقوم الجمعية بتأجير قسم من المنازل لتجلب لها دخلاً تستغله في الأوجه الأخرى.

(5) **المساعدات الإنسانية:** تقدم الجمعية مساعدات نقدية وعينية لعدد كبير من الأسر التي فقدت معيلها (أبناء الشهداء والأسرى)، وكذلك تقدم الجمعية المساعدات النقدية والعينية على مدار العام للعائلات المحتاجة والمتضررة في الأزمات وفي شهر رمضان الكريم، حيث تتلقى الجمعية أموال الزكاة من أبناء الشعب الفلسطيني ويتم توزيعها عليهم، كما تقدم الجمعية منحاً دراسية لـ 86

طالباً وطالبة يدرسون في الجامعات الفلسطينية في مختلف التخصصات، وتغطى هذه المساعدات من الفلسطينيين المغتربين وأصدقاء الجمعية.

(6) **كفالة الفتيات اليتيمات:** تحرص الجمعية وتعمل جاهدة على توفير الحياة الكريمة للفتيات آخذة بعين الاعتبار التركيز على التنشئة الإسلامية والتربوية والاجتماعية السليمة، وتقوم الجمعية بذلك من خلال:

1) الرعاية الاجتماعية، حيث توفر الجمعية الأجواء التربوية السليمة للفتيات عن طريق:
   1. توفير مشرفات ذات خبرة.
   2. توفير مرشدة نفسية.
   3. الحفاظ على علاقة الفتيات بأسرهن من خلال تبادل الزيارات.
   4. ربط الفتيات بالجمعية وإدماجهن بالمجتمع من خلال البرامج التطوعية والمشاركة في النشاطات الثقافية والوطنية التي تتم بالبلد.

2) الرعاية الصحية، تقدم الرعاية الصحية من خلال:
   1. اشتراك جميع الفتيات في التأمين الصحي.
   2. توفر عيادة طب عام وعيادة أسنان في الجمعية.

3) الرعاية العلمية: تتكفل الجمعية بتعليم الفتيات اليتيمات في المدارس الحكومية ومدارس وكالة الغوث، وتقوم بتوفير كافة مستلزمات المدرسة بما فيها المواصلات وتوفير مشرفات لعملية المواصلات، ومشرفات تربويات أيضًا للمساعدة في الدراسة المنزلية، وبعد انتهاء مرحلة المدرسة، فإن الطالبات يتوجهن إلى أحد الخيارات الثلاثة: كلية الجمعية أو الجامعات المحلية، مركز التدريب المهني، العمل في مراكز الجمعية المختلفة.

حالة دراسية رقم (7)
مؤسسة خليفة بن زايد آل نهيان للأعمال الإنسانية

تأسست مؤسسة خليفة بن زايد آل نهيان للأعمال الإنسانية بقانون رقم 20 في يوليو 2007 أصدره الشيخ خليفة بن زايد آل نهيان، رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة.

رؤية المؤسسة هي تقديم "مبادرات رائدة لخدمة الإنسانية"، وتتركز استراتيجيتها في مجالي الصحة والتعليم محلياً، وإقليميًا، وعالميًا، وتتضمن استراتيجيتها التعليمية دعم مشاريع التعليم المهني في دول المنطقة، كما تشمل الاحتياجات الصحية المتعلقة بسوء التغذية وحماية الأطفال ورعايتهم إضافة إلى توفير المياه الآمنة عالمياً.

تسعى المؤسسة إلى دعم المجتمعات الفقيرة والمحتاجة من خلال توفير البنى التحتية الأساسية؛ مثل المدارس والمستشفيات وغيرها، ولتنفيذ استراتيجيتها دخلت المؤسسة في شراكات مع منظمات عالمية تابعة للأمم المتحدة ومنظمات النفع العام، ووصلت مساعداتها المختلفة حول العالم لأكثر من 35 دولة منذ بداية نشأتها حتى تاريخه.

رسالة المؤسسة:

- المبادرة في خدمة البشرية من خلال برامج مساعدات جادة لأهل العوز والكفاف.
- المساهمة في نشر روح التسامح بين البشر لخدمة المحتاجين في مختلف أنحاء المعمورة.
- مد جسور التعاون مع المنظمات المحلية والعالمية المشتركة في العمل الإنساني.
- توفير الدعم المادي لبرامج البر المختلفة.

- نشر ثقافة التكافل الاجتماعي في مجتمع الإمارات.
- تشجيع العمل التطوّعي في مختلف جوانبه الإنسانية.
- الدعم المعنوي لأصحاب المبادرات الإنسانية المتميزة وتشجيع أهل الخير للمبادرة والإقدام.

وطورت المؤسسة استراتيجيتها العامة لتتمحور حول ثلاث محاور أساسية، هي: التعليم، والصحة، والاستجابة للطوارئ والأزمات.

1. **التعليم :** تبنت المؤسسة التعليم المهني والتدريب الصناعي كاستراتيجية أساسية في مبادراتها الخاصة في جانب التعليم، وذلك لأجل التصدي لمشكلة البطالة، وبهدف دعم المجتمعات المحرومة في مواجهة تحديات الفقر والبؤس بمناهج تعليمية مهنية، تمكن الطلبة من امتلاك القدرات والمهارات المطلوبة في مجالات عملية محددة يحتاجها قطاع الأعمال في تلك المجتمعات، كما تبنت المؤسسة استراتيجية مرنة في هذا الخصوص، بحيث يتم توجيه مناهج التعليم المهني نحو احتياجات سوق العمل وأولوياته من مختلف المهن والحرف المطلوبة في كل مجتمع.
2. **الصحة:** تشمل استراتيجية المؤسسة المجالات التالية فيما يخص الرعاية الصحية:
    - رعاية الطفولة والأمومة.
    - الغذاء الصحي والتصدي لسوء التغذية.
    - المياه الآمنة.
    - دعم البحوث العلمية المتعلقة بالأمراض الفتاكة.
3. **الاستجابة للطوارئ والأزمات:** تشمل استراتيجية المؤسسة الاستجابة للطوارئ والأزمات الإنسانية كافة، وتلبي نداء المتضررين والمنكوبين والمهجرين أينما كانوا؛ سواء في مشارق الأرض أو

مغاربها، كما تغطي استراتيجيتها مختلف الأزمات الطارئة؛ كالفيضانات والأعاصير والزلازل والحروب وغيرها، كما تلتزم استراتيجية الطوارئ والأزمات للمؤسسة الاستخدام الأمثل للموارد المتوفرة وبناء القدرات الذاتية وتطوير الشراكات المحلية والإقليمية والدولية، وذلك بهدف دعم جاهزية المؤسسة للاستجابة الفورية والتصدي لتبعات الكوارث والأزمات.

نطاق الاستراتيجية:

أعدت المؤسسة نطاق عمل استراتيجيتها جغرافياً بحيث تكون مبادراتها أكثر تأثيراً وفاعلية، وعليه تم تحديد نطاق الاستراتيجية حسب الآتي:

(1) **محلياً**: تتميز الاستراتيجية المحلية للمؤسسة بمرونة كبيرة جداً، بحيث تغطي قطاعًا كبيرًا من أهل العوز والحاجة، وتشمل رعايتهم في مختلف الجوانب الإنسانية؛ من حيث التعليم والصحة ودعم الجهود لتوفير الحياة المناسبة لهم، كما تسعى المؤسسة إلى تبني المبادرات الخلاقة التي تهدف إلى رفع البؤس والمعاناة عن المحرومين في كافة إمارات الدولة.

(2) **إقليميًا**: تركز استراتيجية المؤسسة على التعليم المهني والتدريب الصناعي إضافة إلى الرعاية الصحية و بناء العيادات والمستشفيات.

(3) **عالمياً**: تدعم المؤسسة جهود الأمم المتحدة والمؤسسات الإنسانية العالمية المستقلة من خلال توفير الغذاء الصحي والتصدي لسوء التغذية في المجتمعات المحرومة، إضافة إلى توفير المياه الآمنة، ودعم الجهود المبذولة في رعاية الطفولة والأمومة، كما تدعم استراتيجية المؤسسة المبادرات العلمية المتميزة في مشاريع البحوث الطبية الهادفة إلى توفير العلاج من الأمراض الفتاكة.

القواعد العامة للاستراتيجية:

تستند استراتيجية المؤسسة في تحقيق رسالتها إلى القواعد والأسس التالية:

- الدخول في شراكات استراتيجية مع المنظمات الدولية والمؤسسات العالمية المستقلة.
- السعي إلى رفع الكفاءات المؤسسية ودعم القدرات الذاتية لرأس المال البشري.
- الالتزام المباشر في تنفيذ مشاريع البنى التحتية.
- المراجعة والتقييم.

دراسات أكاديمية

في المسؤولية الاجتماعية

(1) دراسة الزعبي (1990) بعنوان: اهتمام الإدارات العليا في الشركات المساهمة العامة الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية.

(2) دراسة المرشد (1999) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للإدارة الاستراتيجية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

(3) دراسة الغالبي والعامري (2006) بعنوان: تباين الأهداف المتوخاه من تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الحكومية والخاصة.

(4) دراسة جربوع (2007) بعنوان: مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات في بقطاع غزة.

(5) دراسة الساقي وعبد الناصر (2009) بعنوان: محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

(6) دراسة جرادات والمعاني (2009) بعنوان: أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات المساهمة العامة الأردنية.

(7) دراسة الجعافرة (2009) بعنوان: أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف في الأردن.

(8) دراسة حسين والجميل (2011) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل، دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل.

(9) دراسة عبد الرحمن (2011) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الأردن اليوم، شركة زين نموذجًا.

(10) دراسة الحوري، والزيادات، وعبابنة (2011) بعنوان: إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية ـ دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية.

(11) دراسة عجيلات (2011) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية من خلال العلاقات العامة: شركة أورنج نموذجًا.

(12) دراسة المطيري (2012) بعنوان: العلاقات العامة في شركات الاتصالات الكويتية: دراسة مقارنة بين شركتي زين والوطنية للاتصالات من منظور المسؤولية الاجتماعية.

(1) دراسة الزعبي (1990) بعنوان: اهتمام الإدارات العليا في الشركات المساهمة العامة الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية.

هدفت الدراسة للإجابة عن التساؤل المتعلق فيما إذا كان للإدارات العليا في الشركات المساهمة العامة اهتماماً وموقفا محدداً نحو المسؤولية الاجتماعية، وكذلك معرفة العوامل الأكثر تأثيراً على قرارات الإدارة العليا فيما يتعلق باختيارها لمجالات المسؤولية الاجتماعية، وقد حاولت الدراسة الإسهام في توضيح عدد من المفاهيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وبأثر مساهمة الإدارة في تطبيقها في المجالات المتعلقة بالبيئة المحيطة بالمنظمة.

ومن أهم ما أوصت به الدراسة هو: ضرورة الاهتمام بنشاطات المسؤولية الاجتماعية في مجالات البيئة المختلفة وتطوير الحياة المدنية وعدم الاعتماد على النشاطات التقليدية في المسؤولية الاجتماعية.

(2) دراسة المرشد (1999) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للإدارة الاستراتيجية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى فهم المديرين لمفاهيم وفلسفة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، بالإضافة إلى التعرف على مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والتعرف على أهم المعوقات التي تواجه الشركات الصناعية الأردنية في ممارسة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية وتقديم تحليل نظري لموضوع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، وذلك من حيث مفهوم ومجالات تطبيقها ،ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة كي تمارس الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة مسؤوليتها الاجتماعية والأخلاقية.

وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تدريب جميع أفراد الفريق الإداري في كافة الشركات الصناعية الأردنية على كيفية التعامل مع المشاكل الاجتماعية وإجراء دورات تطبيقية في البيئة الخارجية والمجتمع المحلي.

وأوصت الدراسة بضرورة تواصل العاملين والمديرين في فترات محددة مع المجتمع المحلي لمعرفة مشاكل المجتمع ومتطلباته التي تخص ميدان المسؤولية الاجتماعية.

(3) دراسة الغالبي والعامري (2006) بعنوان: تباين الأهداف المتوخاه من تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الحكومية والخاصة.

هدفت الدراسة التعريف بالمفهوم الشمولي للمسؤولية الاجتماعية وتوعية الإدارات سواء في منظمات الأعمال أو القطاع الحكومي بأهمية تبني مزيد من المبادرات الاجتماعية التي تسهم في تطوير المجتمع ومعالجة مشاكله الإنسانية، كما هدفت أيضًا التأشير على مدى التباين في تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه فئات بذاتها من قبل هذه المنظمات الخاصة أو الحكومية.

اعتمد الباحثان منهج نظري تحليلي يستند إلى "الأدبيات النظرية الأجنبية والعربية من كتب ودوريات".

استنتجت الدراسة أن موضوع المسؤولية الاجتماعية والجوانب الأخلاقية يحتل أهمية كبيرة في الوقت الحاضر بسبب اتساع تأثير المنظمات وزيادة النقد الموجه لها في جوانب ترتبط بمشروعية عملها وآلياته مثل حالات الفساد والقرارات غير الأخلاقية المؤثرة على المجتمع.

أوصت الدراسة بعدة توصيات منها ضرورة جذب انتباه إدارات المنظمات الحكومية والخاصة إلى التركيز على حل المشاكل الاجتماعية ومتابعة الخروقات الاجتماعية والأخلاقية ومحاسبة المنظمات على أدائها الأخلاقي والاجتماعي.

(4) دراسة جريوع (2007) بعنوان: مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزه

استهدفت الدراسة التعرف على مدى وجود منظمات أعمال من الشركات والمؤسسات وغيرها، متخصصة لممارسة المسؤولية الاجتماعية في قطاع غزة.

ولتحقيق أهداف الجانب التطبيقي للدراسة، تم تصميم استبانه بالاعتماد على الدراسات السابقة والإطار النظري، وزعت على (70) من المدراء الماليين ومحاسبي الشركات الفلسطينية.

وقد تبين من نتائج الدراسة أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لم تحظ بالقدر الكاف من الاهتمام من جانب الجمعيات المهنية للمحاسبة والمراجعة في فلسطين. كما أظهرت أن الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية هو إطار غير محدد المعالم ولم يتفق على أبعاده حتى اليوم بشكل قاطع، كما أظهرت الدراسة أن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لهذه المشروعات هي نشاط يمكن تقنينه عن طريق تحديد فئاته ومجالاته وأهدافه ومتغيراته، وبالتالي يمكن تحديد سبل قياسه والإفصاح عن نتائجه بشكل موضوعي.

وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات من شأنها مساعدة الشركات بالالتزام بالقوانين والأنظمة لحماية البيئة من التلوث والأضرار التي تلحق بها من جراء مزاولتها لأنشطتها المختلفة وتجنبا للعقوبات التي قد تفرض عليها إذاخالفت الالتزام بتنفيذ هذه القوانين، وضرورة الإفصاح عن الأنشطة التي تقوم بها هذه الشركات والتي لها آثار اجتماعية مثل التعليم، ولاصحة للعاملين،وتلوث البيئة، واستهلاك الموارد.

(5) دراسة الساقي وعبد الناصر (2009) بعنوان: محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

هدفت الدراسة التعرف إلى جانب من جوانب المحاسبة الاجتماعية متمثلا في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وكيفية توفير عناصر القياس لهذا الجانب، وقدمت الدراسة نموذجًا لتجميع وتبويب وقياس التكاليف الاجتماعية في الأردن، أعد وفقاً لمبدأ الإفصاح من وجهة نظر الشركة؛ ووفقا لأساس الإنفاق الفعلي، موضحة في ذات الوقت المعادلات وسبل القياس في هذا الجانب، كما طرحت الدراسة الأفكار النظرية ومصادر توفير المؤشرات الخاصة بالمقارنة والقياس المكملة في هذا الجانب.

كان من أهم نتائج الدراسة أن كافة عناصر تكاليف الأداء الاجتماعية للشركة موضوع الدراسة يمكن تجميعها وقياسها والإفصاح عنها بثلاث محاور تم توضيحها من خلال نموذج مقترح لهذا الغرض، وأثبتت الدراسة صحة الفرض الذي يشير إلى إمكانية الحكم على مدى كفاءة الأداء الاجتماعي للشركة تجاه العاملين والعملاء وأفراد المجتمع المحيط من خلال حجم الإنفاق لكل وحدة من الوحدات لقياس كل محور من المحاور المقترحة، كما بينت نتائج الدراسة أهمية توفر مؤشر للمقارنة يتم وضعها من قبل الجهات الداخلية للشركة يتناسب مع المعايير الموضوعة من الجهات المعنية.

أوصت الدراسة بضرورة أن يشمل عمل المحاسبين في الشركات تحديد طبيعة الأنشطة التي يجري احتسابها بعد تصنيفها بين النشاط ذو الهدف الاجتماعي والأنشطة ذات الأهداف الاقتصادية.

(6) دراسة جرادات والمعاني (2009) بعنوان: أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات المساهمة العامة الأردنية.

استهدفت الدراسةُ التعرف على تأثير أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات المساهمة العامة الأردنية، وتناولت أخلاقيات الأعمال من خلال: العدالة، والأمانة، والسرية، والشفافية. فيما تناولت المسؤولية الاجتماعية من خلال: المسؤولية القانونية، والمسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيرية. وتناولت أداء تلك الشركات من خلال: (النمو، والبقاء، والرضا عن الربحية).

تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات المساهمة العامة الأردنية البالغ عددها 205 شركات، بحسب تقارير عام 2007 الصادرة عن سوق عمان للأوراق المالية. وأخذت عينة عشوائية بسيطة مكونة من (25) شركة لأغراض هذه الدراسة. وتم تحديد وحدة المعاينة والتحليل من المديرين المسؤولين عن وضع استراتيجية الشركة، وهم المديرون العامون ونوابهم ومديرو الوحدات الأساسية في الشركات محل البحث، واستُخدِمت أداة الاستبانة لجمع البيانات الخاصة من وحدة المعاينة. وبلغ عددُ الاستبيانات الموزَّعة على العاملين في تلك الشركات 75 استبانه، أعيد منها 70 استبانه صالحة للتحليل الإحصائي.

توصلت الدراسةُ إلى مجموعةٍ من النتائج، من أبرزها: وجودُ مستوى مرتفع لممارسة الشركات لأخلاقيات الأعمال، وجاءت ممارسة تلك الشركات للأمانة في المرتبة الأولى من حيث ارتفاع المستوى، يليها ممارسة السرية، ثم ممارسة الشفافية، بينما كانت ممارسة العدالة في المرتبة الأخيرة. كذلك بينت النتائج ارتفاع تقييم ممارسة الشركات للمسؤولية الاجتماعية، وجاء تقييم العاملين في تلك الشركات لممارسة المسؤولية الاجتماعية أفضل من تقييمهم لممارسة أخلاقيات الأعمال. وتشير النتائج

إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتأثير أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات المساهمة العامة الأردنية من حيث (النمو، والبقاء، والرضا عن الربحية). وقد أوصت الدراسة بضرورة اهتمام الشركات بتوسيع تطبيق أخلاقيات الأعمال وتحمل المسؤولية الاجتماعية لما لهما من أثر في تحسين وتطوير أداء تلك الشركات ومواجهة الأزمات المحتملة.

(7) دراسة الجعافرة (2009) بعنوان: أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف في الأردن.

هدفت الدراسةُ إلى تعرُّف تأثير أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف في الأردن، وتناولت أخلاقيات الأعمال من خلال: العدالة والمساواة، والأمانة والإخلاص، والثقة والسرية، والشفافية والمساءلة. فيما تناولت المسؤولية الاجتماعية من خلال: المسؤولية القانونية، والمسؤولية الاقتصادية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الخيرية والإنسانية.

تكوَّن مجتمعُ الدراسة من جميع العاملين في الإدارتين العليا والوسطى (المديرين ورؤساء الأقسام)، للإدارات الرئيسية للمصارف في الأردن والتي يبلغ عددها (23) مصرفاً، وبلغ عدد أولئك العاملين (455) عاملاً، واختار الباحث عينة عشوائية بسيطة مكونة من (138) عاملاً بواقع ستة عاملين من كل مصرف. كما تألف مجتمع الدراسة أيضاً من العملاء المتعاملين مع تلك المصارف في الأردن وتم اختيار عينةٍ عشوائيةٍ بسيطة مكوَّنة من (115) متعاملاً لأغراض هذه الدراسة، واستُخدِمت أداة الاستبانة لجمع البيانات الخاصة من وحدة المعاينة. بلغ عددُ الاستبيانات الموزَّعة على العاملين في الإدارتين العليا والوسطى 138 استبانه، استعيد منها 115 استبانه صالحة للتحليل الإحصائي. في حين بلغ عدد الاستبيانات الموزعة على

المتعاملين مع تلك المصارف 115 استبانه استعيد منها 110 استبيانات صالحة للتحليل الإحصائي.

توصلت الدراسةُ إلى مجموعةٍ من النتائج، من أبرزها: وجودُ مستوى مرتفع لممارسة المصارف لأخلاقيات الأعمال، وجاءت ممارسة السرية والثقة في المرتبة الأولى من حيث ارتفاع المستوى، يليها ممارسة الأمانة والإخلاص ثم ممارسة المساءلة والشفافية، بينما كانت ممارسة العدالة والمساواة في المرتبة الأخيرة. وقد جاء تقييم المتعاملين للمصارف من حيث ممارسة أخلاقيات الأعمال من قبل تلك المصارف أفضل من تقييم العاملين فيها. كذلك بينت النتائج ارتفاع تقييم ممارسة المصارف للمسؤولية الاجتماعية من قبل العاملين، وجاء تقييم العاملين في تلك المصارف لممارسة المسؤولية الاجتماعية أفضل من تقييمهم لممارسة أخلاقيات الأعمال. وتشير النتائج إلى وجود علاقة دالة إحصائياً لتأثيرات أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف (جودة الخدمة، وجذب العملاء، ومواكبة التطور التكنولوجي، وتطوير الكوادر البشرية).

وقد أوصت الدراسة بضرورة اهتمام المصارف بتوسيع تطبيق أخلاقيات الأعمال وتحمل المسؤولية الاجتماعية لما لها من أثر في تطوير عمل المصرف واستقطاب العملاء.

(8) دراسة حسين والجميل (2011) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل، دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل.

تناولت الدراسة العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وبين أخلاقيات العمل، وهدفت إلى تقديم معالم نظرية للمنظمات قيد البحث عن مفهوم أخلاقيات الإدارة وأخلاقيات العمل ومفهوم المسؤولية

الاجتماعية، واقتراح عدد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في إطار أخلاقيات العمل، إضافة إلى محاولة تشخيص آراء المبحوثين من (أطباء، وفنيين، وإداريين) حول الاهتمام بأبعاد معينة للمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل مقارنة بالأبعاد الأخرى.

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستبانة التي وزعت على عينة من منتسبي عدد من مستشفيات مدينة الموصل، وتمثلت عينة البحث بعدد من منتسبي المستشفيات توزعوا على ثلاثة فئات : أطباء (20) وفنيين (18) وإداريين (10) وبلغت عينة البحث (48) فردًا.

كان أهم استنتاجات الدراسة ما يلي:

1. يعد مفهوم أخلاقيات الإدارة عامةً؛ وأخلاقيات العمل خاصة من المفاهيم التي نالت اهتمام معظم المنظمات المعاصرة اليوم، لأن الاهتمام بالعنصر البشري أصبح المرتكز الأساس لنجاح المنظمات وتحقيق أهدافها فضلا عن الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
2. هناك العديد من الأبعاد الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين؛ إذ يجب على المنظمات الانتباه إليها والأخذ بها لأنها تحقق أهداف العاملين وتزيد من ولائهم واهتمامهم بالمنظمة التي يعملون فيها، وبنفس الوقت تحقق أهداف المنظمة التي تعمل في ظل منافسة كبيرة.
3. أظهرت نتائج تحليل ووصف متغيرات الدراسة أن اغلب فئات عينة البحث من الأطباء والفنيين والإداريين متفقون على أهمية أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين في المستشفيات وضرورة توفيرها، وبالأخص تقديم الخدمات الصحية ومنع تسرب العاملين بأي شكل من الإشكال، وبث الروح المعنوية لهم وحثهم دوما على المزيد من العمل مع مراعاة فئات معينة من العاملين في عملهم مثل كبار السن

والنساء والشباب، فضلاً عن الاهتمام بالحوافز وتعويض إصابات العمل، والعمل على مراعاة السلوك الأفضل للعاملين.

4. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروق معنوية لإجابات المبحوثين من الأطباء والفنيين العاملين في المستشفيات، في حين لم تظهر فروق معنوية لدى الإداريين، وكان أهم متغير متميز لدى الأطباء هو ضرورة تقديم خدمات صحية للأفراد العاملين في المستشفيات مقارنة مع الخدمات الأخرى، أما العامل المتميز ذو الأهمية بالنسبة للفنيين فهو ضرورة المزيد من اهتمام المدراء والمشرفون في المستشفيات وحثهم على المزيد من العمل.

(9) دراسة عبد الرحمن (2011) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في الأردن اليوم، شركة زين نموذجًا.

هدفت الدراسة للتعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في شركة زين للاتصالات كنموذج للمسؤولية الاجتماعية في الشركات الأردنية.

وخلصت الدراسة إلى أهمية تنظيم آلية عمل المؤسسات والشركات ومنظمات الأعمال في التفاعل مع المحيط المجتمعي، من خلال مجلس يشكل لهذه الغاية من القطاع الخاص ذاته، إضافة إلى الاتفاق على تعريف محدد وملزم، لتجنب الخلط واستغلال الحوافز المقدمة من الحكومة للشركات، لغايات دعائية وترويجية بحتة.

(10) دراسة الحوري، والزيادات، وعبابنة (2011) بعنوان: إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية. دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى اهتمام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب

المصلحة،وهم: (المجتمع المحلي، والموظفين، والزبائن، والموردين، والبيئة، والمساهمين)، وتحديد مستوى الفروق في إدراك أفراد عينة الدراسة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية تعزى لمتغيراتهم الشخصية، كما هدفت الدراسة إلى تقييم اثر المسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية.

تألف مجتمع الدراسة من جميع المراتب الإدارية العاملة في شركات الاتصالات الخلوية العاملة في الأردن ضمن مقراتها الرئيسة في مدينة عمان، والبالغ عددها أربعة شركات وهي: زين،وأمنية،وأورنج،وإكسبريس، إلى جانب زبائن هذه الشركات المنتشرين في مناطق عمان، وأماكن التسوق الرئيسة.

وقد تم توزيع (210) استبانه على عينة الدراسة من العاملين في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، و(350) على زبائن الشركات الأربعة، ليبلغ مجموع الاستبيانات الموزعة (560) استبانه، تم استرجاع (545) استبانه منها، بنسبة استرجاع (97٪)، خضع منها للتحليل (537) استبيان،وتكون بذلك نسبة الاستبيانات المسترجعة الصالحة للتحليل (96٪) من الاستبيانات الموزعة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية أظهرت مستوى عال من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها الستة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك إفراد عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية تبعًا لمتغيراتهم الديموغرافية.
- وجود أثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها مجتمعة في إدارة الصورة الذهنية ككل.
- عدم وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية الذاتية.

- وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية المرغوبة، وقد تبين أن بعدي المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين، والموردين قد اظهرا تأثيرا معنويا أكبر في الصورة الذهنية المرغوبة.
- عدم وجود اثر معنوي للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها مجتمعة في الصورة الذهنية المدركة، في حين تبين وجود أثرا معنويا لبعد المسؤولية الاجتماعية تجاه الموردين، حيث اظهر تأثيرا معنويا في الصورة الذهنية المدركة.

(11) دراسة عجيلات (2011) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية من خلال العلاقات العامة: شركة أورنج نموذجًا.

هدفت الدراسة التعرف على دور العلاقات العامة لشركات الاتصالات الأردنية في الأنشطة والممارسات التي تجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتمحورت مشكلة الدراسة حول الإجابة عن مجموعة من الأسئلة، تمثلت فيما يلي:

- ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدوائر العلاقات العامة لشركة الاتصالات "أورنج"؟.
- ما الأنشطة والبرامج التي تنفذها الشركة لتجسيد مفهومها في المسؤولية الاجتماعية نحو شرائح من الزبائن والمجتمع المحلي والبيئة المحلية؟.
- ما مستوى معرفة الزبائن والمستفيدين ومستوى رضاهم عن برامج المسؤولية الاجتماعية؟.

وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي من خلال وجهة نظر جمهور زبائن الشركة، حيث جرى دراسة عينة عشوائية من زبائن الشركة بلغ عدد أفرادها (432) فردا بين ذكر وأنثى من ثلاث محافظات

أردنيـة، هــي: (إربـد، وعمــان، ومادبـا)، واختـبرت الدراسـة مجموعـة مـن الأسئلة الرئيسية والأسئلة الفرعية إلى جانب اختبار خمس فرضيات حاولـت تبـيُن العلاقـة بـين مـستويات الرضـا للزبـائن وبـين مجموعـة مـن المـتغيرات الديموغرافيــة (النــوع الاجتمــاعي، والــسن، ومــدة التعامــل مــع خــدمات الشركة، والمنطقة السكنية).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. تحتـل وظيفـة المـسؤولية الاجتماعيـة مكانـة متوسـطة في الهيكـل الإداري لـشركة مجموعـة الاتـصالات الأردنيـة "أورنـج"، وهـي شـكل مـستحدث مـن أشـكال العلاقـات العامـة الـتي تـدمج عـدة مهمـات اتصالية في آن واحد.
2. تعتمد استراتيجية الشركة في المسؤولية الاجتماعية على مرتكزات ثلاثة هـي: أ- نـشر الإنترنـت. ب- التنميـة المجتمعيـة المستدامة. ج- دعـم المشروعات الصغيرة في مجالات الاتصالات.
3. حققـت أنـشطة الـشركة في مجـال نـشر الإنترنـت وفي مجـال تقـديم عـروض مميـزة بأسـعار الخـدمات متوسـطات موافقـة مرتفعـة مـن قبـل الزبــائن، فيمــا لم تحقــق الأنــشطة المتعلقــة بالبيئــة أو بمكافحــة المخدرات سوى متوسطات حسابية منخفضة من وجهة نظر الزبائن.
4. حققـت أنـشطة المسؤولية الاجتماعيـة في المجـالات الثقافيـة والرياضيـة والصحية والتنموية والترفيهية متوسطات حسابية متوسطة.
5. تبين أن الشركة أكثر استخداما للصحف الورقيـة في مجـال الإعـلان عن برامجها في نطاق المسؤولية الاجتماعية ثم تليهـا "الرسـائل النـصية" عبر الهواتف المحمولـة، ثـم مواقـع الإنترنـت والتلفزيـون والإذاعـات علـى التوالي.

6. تبين أن مستويات رضا الزبائن عن خدمات الشركة كانت متوسطة، وجاءت خدمات الشركة في نطاق المسؤولية الاجتماعية في مجال الزبائن في المرتبة الأولى، فيما جاءت الخدمات المتعلقة بالمجتمعات المحلية في الرتبة الثانية، بينما جاءت الخدمات المقدمة للبيئة في الرتبة الثالثة والأخيرة.

(12) دراسة المطيري (2012) بعنوان: العلاقات العامة في شركات الاتصالات الكويتية: دراسة مقارنة بين شركتي زين والوطنية للاتصالات من منظور المسؤولية الاجتماعية.

هدفت الدراسة التعرف على تقييم زبائن شركات الاتصالات الكويتية لأنشطة وبرامج الشركات في المسؤولية الاجتماعية في مجالات: الزبائن، والمجتمع، والبيئة. باعتبار أن تلك المجالات من أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية إضافة إلى مجالات أخرى لم تكن محط اهتمام الدراسة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المقارن، إذ إنها قامت بوصف مجالات الأنشطة للمسؤولية الاجتماعية للشركتين وقامت بإجراء مقارنة بينهما (شركة زين للاتصالات، وشركة الوطنية للاتصالات).

استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبق الاستبيان على عينة من (339) مبحوثا من زبائن الشركتين، وقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية من ضمن طلبة جامعة الكويت من مختلف الكليات ومختلف السنوات ومن الجنسين (ذكوراً وإناثاً).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

1. جاءت نتائج المتوسطات الحسابية لفقرات الأسئلة بمستويات تراوحت بين متوسطة وضعيفة، ولم تحقق أي من الشركتين متوسطات حسابية مرتفعة.

2. تقدمت شركة زين على شركة الوطنية للاتصالات في معظم فقرات أسئلة الدراسة في المجالات الثلاثة.
3. حققت شركة زين متوسطات حسابية متوسطة في 16 فقرة من فقرات الاستبيان البالغة 21 فقرة، مقابل 13 فقرة لشركة الوطنية، في حين كان نصيب شركة زين (5) متوسطات ضعيفة فقط، مقابل (8) متوسطات ضعيفة لشركة الوطنية.
4. جاءت فرضيات الدراسة الثلاث لتؤكد أن درجة رضا المبحوثين عن خدمات الشركتين في المجالات الثلاثة كانت متوسطة، وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا المبحوثين بين الشركتين لصالح شركة زين للاتصالات.

وقد أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات أهمها ضرورة قيام الجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بين إدارات الشركات وبين الجمهور والموظفين على حد سواء.

قائمة المصادر والمراجع

أ. المراجع باللغة العربية

- القرآن الكريم
- إبراهيم، سعد الدين، **تأملات في مسألة الأقليات**، القاهرة، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية، الكويت، دار سعاد الصباح، 1991.
- أبو أصبع، صالح خليل، **قضايا إعلامية**، الطبعة الثانية، عمان،دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005.
- أبو الحمام، عزام، الإعلام والمجتمع، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- أبو سيف، عاطف، المجتمع المدني والدولة، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005.
- احمد، احمد محمود، **تسويق الخدمات المصرفية - مدخل نظري وتطبيقي**، عمان، دار البركة، 2001.
- أحمد، عزت راجح، أصول علم النفس، طبعة مزيدة ومنقحة، أحمد، المكتب المصري، 1970.
- أفندي، حسين عطية، **تمكين العاملين: مدخل للتحسين والتطوير المستمر**.القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2003.
- إمام، إبراهيم، **الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية**، ط1، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1980.
- الأمير الحسن بن طلال، الكلمة الافتتاحية - لة، والإقليم، والعالم، في: دولة السلطة وسلطة الدولة، منتدى الفكر العربي، عمان، 2005.

- الأمير الحسن بن طلال، الكلمة الافتتاحية: الدولة، الإقليم، العالم، في: دولة السلطة وسلطة الدولة، **منتدى الفكر العربي**، عمان، 2009.
- أمين، سحر، البيئة والمجتمع، عمان، دار دجلة للنشر والتوزيع، 2009.
- الأنصاري، عبد الغني، المسؤولية الاجتماعية- الأصل والمفهوم، 2011، متاح على: http://alansari3.maktoobblog.com/1070040
- إيبرلي، دون إي، **بناء مجتمع من المواطنين: المجتمع المدني في القرن الواحد والعشرين**، ترجمة هشام عبد الله، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، 2003.
- البرغوثي، شريف، والبهبهاني، يعقوب، **النظام الإعلامي الجديد**، ط2، عمان، دار رؤى للنشر والتوزيع، 2004.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية 1993.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية 1996.
- البستاني، باسل، **جدلية نهج التنمية البشرية المستدامة منابع التكوين وموانع التمكين**، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009.
- بسلان عبادي، التمكين الوظيفي، جريدة الجماهير، الأحد 16.
- بشارة، عزمي، **المجتمع المدني: دراسة نقدية**، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.
- البكري، ثامر ياسر، المسؤولية الاجتماعية بمنظور تسويقي، دراسة تسويقية لآراء عينة من المديرين العاملين في المنشآت التابعة لوزارة الصناعة والمعادن، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد. 1996.
- بو العوالي، التجاني، **المجتمع المدني: قراءة في المفهوم والنشأة**، 2009، http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=14949

- بـو مطيـع، خالـد، مفـاهيم إدارية: الـتمكين، **جريـدة الوسـط البحرينية**/ 10 ابريل 2004.
- التقرير السنوي للبنك الإسلامي الأردني، 2008 - 2009م.
- التويجري، محمد بن إبراهيم، المسئولية الاجتماعية في القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، **المجلة العربية للإدارة**، العدد الرابع، 1988.
- الجابري، محمد عابد، إشكالية الديمقراطية والمجتمع المدني في الوطن العربي، **مجلة المستقبل العربي**، السنة 15، العدد 167، كانون الثاني/ يناير 1993.
- الجـابري، محمـد عابـد، **نقـد العقـل العربي، العقـل الأخلاقـي العربي**، ط3، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2009.
- جامعـة الملـك عبـد العـزيز بجـدة، مجلـد 23، العـدد 1 لـسنة 2009، ص 177- 226.
- الجباعي، جاد الكريم، **المجتمع المدني وهوية الاختلاف**، دمشق، دار الناي للنشر والتوزيع، 2011.
- جـرادات، ناصـر "محمـد سـعود"، والمعـاني، أحمـد إسماعيـل، أثـر أخلاقيـات الأعمـال والمـسؤولية الاجتماعيـة علـى أداء الـشركات المساهمة العامـة الأردنيـة، **المـؤتمر العلمـي الـسادس لكليـة العلـوم الإدارية والمالية - جامعة فيلادلفيا/ الأردن**، بعنوان الأزمة المالية العالمية والآفاق المستقبلية، 13-2009/5/14.
- جـرادات، ناصـر، أثـر رأس المـال البـشري والاجتمـاعي علـى أداء الـشركات العائليـة الفلـسطينية، **أطروحـة دكتـوراه غـير منشورة**، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان - الأردن، 2008.

- جرادات، ناصر، والصالح، أسماء، والمعاني، أحمد، **إدارة المعرفة**، عمان، إثراء للنشر والتوزيع، 2011.
- جربوع، يوسف محمود، مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة(دراسة استكشافية لآراء الميدرين المتاليين ورؤساء أقسام المحاسبة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في قطاع غزة/ فلسطين، **مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)**، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، ص 239– 281، 2007.

/http//www.iugaza.edu.ps/ara/research ، ISSN 1726-6807

- جريدة الرأي، 2011، http://www.alrai.com/pages.php?news_id=418473
- جريدة الرأي، الخميس 18 آب 2011، http://www.alrai.com/pages.php?news
- جريدة القبس الكويتية، السبت 06 أغسطس 2011، 06 رمضان 1432، العدد 13718.
- الجعافرة، أحمد فلاح، أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على المكونات ذات البعد الاستراتيجي للمصارف في الأردن، **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان- الأردن، 2009.
- الجمال، راسم، وعياد، خيرت، **إدارة العلاقات العامة**، المدخل الاستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005.
- الجمعية العامة للأمم المتحدة، **تقرير مفوضية الأمم المتحدة للبيئة والتنمية**: مستقبلنا المشترك، 1987.
- جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، 2001، على الرابط: http://ascajordan.org/news.aspx?id

- جميل هلال، **مداخلة حول ندوة المجتمع المدني**، بيروت، تشرين أول http://www.boell-meo.org/ar/web/219.html2004 شوهد بتاريخ، 2009/11/12.
- جواد، شوقي ناجي، **إدارة الستراتيج**، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2000.
- الجوهري، هناء محمد، **علم الاجتماع الحضري**، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009، ص 277.
- حسام الدين، محمد، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، القاهرة، الدار المصرية للنشر، 2003.
- الحسن، إحسان، والأحمد، عدنان، **المدخل إلى علم الاجتماع**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008.
- حسن، سمير إبراهيم، **الثقافة والمجتمع**، دمشق، دار الفكر، 2007.
- حسن، ماجد محمد، الفلسفة الوجودية، **مجلة الحوار المتمدن**، العدد: 802 - 2004/ 4/ 12 - 10:40
- حسين، سمير محمد، **العلاقات العامة**، ط 4، القاهرة، لا دار نشر، 2005.
- حسين، ليث، والجميل، ريم سعد، المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل، دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل، **كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الموصل**، (لات).
- حميدة، علي عبد اللطيف، **المجتمع والدولة والاستعمار في ليبيا: دراسة الأصول الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لحركات**

وسياسات التواطؤ ومقاومة الاستعمار، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1995.

- الحوراني، هاني، والطاهر، مي، **دراسة استطلاعية، المسؤولية الاجتماعية**، عمان، دار سندباد، 2009.
- الحوري، فالح، والزيادات، ممدوح، وعبابنة، هايل، الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية، دراسة غير منشورة، **المؤتمر العلمي الثالث بعنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة" المنعقد في الفترة 27 – 29 نيسان 2009**، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، 2009.
- الخالدي، إبراهيم بدر شهاب، **المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لمنظمات الأعمال المعاصرة**، عمان، دار الأعلام للنشر والتوزيع 2010.
- خضر، سيد الشحات، تكاليف المسئولية الاجتماعية في المؤسسات الصحفية في مصر، المفهوم والمشاكل والقياس، **مجلة الإدارة** مجلد21، العدد الأول، 1988 ص7.
- الخفاجي، نعمة عباس، **الفكر الاستراتيجي- قراءات معاصرة**، عمان: دار الثقافة، 2008.
- خليل، صبري محمد، ضوابط مفهوم الستر في الفقه الإسلامي، 2012. **شبكة روض الرياحين الإلكتروني**، على الرابط http://cb.rayaheen.net/showthread.php?tid=35439
- الخولي، يمنى طريف، **مشكلة العلوم الإنسانية: تقنيتها وإمكانية حلها**، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1990.

- الدراسة المصرية المقدمة لمؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية (1972) جدة.
- درة، عبد الباري، والصباغ، زهير، **إدارة الموارد البشرية في القرن الحادي والعشرين**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008.
- درة، عبد الباري، والمجالي، نبيل، **العلاقات العامة**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010.
- الدليمي، عبد الرزاق، **الهندسة البشرية والعلاقات العامة: هندسة القبول والرضا**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011.
- دهيبة، محمد محمود، **الإعلام المعاصر**، ط2، عمان، مكتبة المجتمع العربي، 2007.
- دوابة، أشرف، **صناديق الاستثمار في البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق**، القاهرة، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2004.
- دوبريه، ريجيس، **علم الإعلام العام -الميديولوجيا**، ترجمة: فؤاد شاهين وجورجيت الحداد، بيروت، دار الطليعة، 1996.
- ديسلر، ج.، **أساسيات الإدارة- المبادئ والتطبيقات الحديثة**، ترجمة عبد القادر، عبد القادر محمد، الرياض، دار المريخ للنشر، 1992.
- ديفلير، ملفين، وروكيتش ساندرا بول، **نظريات وسائل الإعلام**، الطبعة العربية الثالثة، ترجمة: عبد الرؤوف، كمال، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1999.
- الرحاحلة، عبد الرزاق سالم، **المسؤولية الاجتماعية**، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ومكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2011.

- رضوان، عناتي، دراسة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، الزرقاء، **جامعة الزرقاء الأهلية**، 2009.
- ريجيس دوبريه، **علم الإعلام العام - الميديولوجيا**، ترجمة: فؤاد شاهين وجورجيت الحداد، بيروت، دار الطليعة، 1996.
- ريفرز، وليم.ل، **وسائل الإعلام والمجتمع الحديث**، ترجمة إمام إبراهيم، القاهرة، دار المعرفة، 1975.
- الزعبي، فايز، **اهتمام الإدارات العليا في الشركات المساهمة العامة الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية**، 1990.
- زويلف، حسن مهدي، **العلاقات العامة، نظريات وأساليب**، ط2، عمان، دار صفاء، 2003.
- الزيادات، ناصر مقابلة، الرياض، **جريدة الشرق الأوسط**، بتاريخ 3-5- 2011
- الساقي، سعدون مهدي، ونور، عبد الناصر، **محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال**، مؤتمر جامعة المأمون/ حلب ـ سوريا، بعنوان واقع وآفاق تطور البنوك العربية، 2009.
- السحيم، عبد الرحمن بن عبد الله، المقصود ب "لا ضرر ولا ضرار"، موقع صيد الموائد الإلكتروني، (متاح بتاريخ 2011/4/4): http://www.saaid.net/Doat/assuhaim/fatwa/238.htm
- سعد الدين إبراهيم، **تأملات في مسألة الأقليات**، (القاهرة، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية، الكويت، دار سعاد الصباح، 1991).
- سلامة، نبيل فهمي، الإطار العلمي للمراجعة الاجتماعية بهدف قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمنظمات، **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 1984.

- السلمي، علي، **تحليل النظم السلوكية**، القاهرة، مكتبة غريب، 1970
- سميسم، حميدة، **الرأي العام وطرق قياسه**، عمان، دار ومكتبة الحامد، 2002.
- سيد محمد، محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 2008.
- السيد يسين، "مستقبل المجتمع المدني: الأزمة الثقافية ومستقبل المجتمع المدني"، ورقة قدمت إلى: المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية، **مركز الوحدة العربية**.
- شاكر، عطا الله أحمد، **إدارة المؤسسات الإعلامية**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- شبكة النبأ المعلوماتية- الأحد16/تموز /2006 - 18/جمادي الأخرى/1427 http://www.annabaa.org/nbanews/58/078.htm شوهد في 2009/11/13
- الشرع، مجيد، **المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية**، عمان، دار وائل للنشر، 2004.
- الشنواني، صلاح، **التنظيم والإدارة في قطاع الأعمال- مدخل المسؤولية الاجتماعية**، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، 1999.
- شيكو ويتيكر، 2012 المنتدى الاجتماعي العالمي: ماذا الآن؟http://www.e-joussour.net/ar/node/11474
- صالح، سليمان، **أخلاقيات الإعلام، ط2**، الكويت، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2005.

- صالح، سليمان، **أخلاقيات الإعلام**،ط1 الكويت، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2010.
- صالح، سليمان، **ثورة الاتصال وحرية الإعلام**، الكويت، مكتبة الفلاح، 2007.
- الصبيحي، أحمد شكر، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي،بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000.
- صليبا، جميل، **المعجم الفلسفي**، ج2، بيروت، دار الكتاب اللبناني،1973.
- الطاهر، مي عصام، مساءلة منظمات المجتمع المدني ... بين شرط الضرورة والكفاية، **جريدة الغد**، الأردن: 2011/07/25.
- الطاهر، مي، **المسؤولية الاجتماعية للشركات**، عمان، مركز بصر لدراسات المجتمع، 2011.
- عبادي، بسلان، التمكين الوظيفي، **جريدة الجماهير**، يومية سياسية تصدر عن مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر - حلب، الأحد16- 8- 2009.
- عبد الحميد المغربي، وصفاء الشربيني، **الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية**، الرياض، المعهد الإسلامي للتنمية، 2010.
- عبد الرحمن، عبد الرحمن، **الأخلاق النظرية**، الكويت، دار سالم للطباعة، 1975.
- عبد الرحمن، عماد، المسؤولية الاجتماعية لشركات الاتصالات الأردنية: شركة زين نموذجًا، **دراسة ماجستير غير منشورة**، معهد الإعلام الأردني، عمان، 2011.
- عبد العزيز، جلال عبد الفتاح، المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للمشروع، **المجلة العلمية لكلية تجارة الأزهر**، القاهرة 1981.

- عبد العليم، سميرة، أوراق عمل في العمل الأهلي والنقابي، غزة، **اتحاد لجان المرأة الفلسطينية**، 2011.
- عبد الفتاح، جلال، المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للمشروع،القاهرة، **المجلة العلمية لكلية تجارة القاهرة**، 1981.
- عبد اللطيف، كمال، سلطة المشاركة ودولة المشاركة، في دولة السلطة وسلطة الدولة، **منتدى الفكر العربي**، عمان، 2005.
- عبد اللطيف، كمال، سلطة المشاركة ودولة المؤسسات، في دولة السلطة وسلطة الدولة، **منتدى الفكر العربي**، عمان، الأردن، 2009.
- عبد اللطيف، نعمت، **المسؤولية الاجتماعية للشركات لدى البنوك المحلية**، القاهرة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1996.
- العبد الله، مي، **نظريات الاتصال**،ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2010.
- عبده، محمد، **موارد الشعوب**، القاهرة، دار الاعتصام، 1977.
- عثمان، أحمد سامي، المحاسبة في المسؤولية الاجتماعية، القاهرة جامعة المنصورة، **المجلة المصرية للدراسات التجارية**، 1978.
- عجيلات، فارس، المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية من خلال العلاقات العامة: شركة أورنج نموذجا، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام – جامعة الشرق الأوسط – عمان/الأردن، 2011.
- عرفه،احمد،وشلبي،سمية، **الإدارة وتحديات العولمة- مدخل دحر الفراغ الإداري**، حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلفين، 2000.

- عطــار، نائلــة حســين، **كيــف تبــدأ برنامجــا للمــسؤولية الاجتماعية**، ملتقى الشراكة بين القطاع العام والخـاص "مجتمعنا... مسؤوليتنا"، الرياض 1- 3 فبراير 2009.
- عليان، ربحي مصطفى والطوباسي، عدنان، **الاتصال والعلاقات العامة**، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2005.
- علـيش، محمـد مـاهر، **إدارة المـوارد البـشرية**، الكويـت، إدارة المطبوعات، 1985.
- عمار، حامد، **في بناء الإنسان العربي**، القاهرة، مركز إبن خلدون للدراسات الإنمائية، 1992.
- عمـارة، محمـد، **الإسـلام والتعدديـة: الاخـتلاف والتنـوع في إطـار الوحدة**، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2008.
- عون، فيصل بدير، **دراسات في الفلسفة الخلقية**، القاهرة، 1983.
- غالـــب، حنـا، **التربيـة المتجـددة وأركانهـا**، بيروت، دار الكتـاب اللبناني، 1970.
- الغـــالبي، طـــاهر محـــسن منـــصور، والعـــامري، صـــالح مهـــدي حسن، **المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال - الأعمال والمجتمع ط2**، عمان، دار وائل للنشر، 2008.
- الغـالبي، طـاهر محـسن، و العـامري، صـالح مهـدي، **المـسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، عمان، دار وائل للنشر، 2005.**
- الغالبي، طـاهر محـسن، والعـامري، صـالح مهـدي محـسن، **تبـاين الأهـداف المتوخـاه مـن تـبني المـسؤولية الاجتماعيـة في المنظمـات الحكومية والخاصة**، 2006.

- الغـالبي، طـاهر محـسن، والعـامري، صـالح مهـدي، **المـسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2 2010.
- الغـالبي، محـسن طـاهر، والعـامري مهـدي صـالح، **المـسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل**، عمان، دار وائل للنشر، 2005.
- كـاتوت، سـحر أمـين، **البيئـة والمجتمـع**، عمـان، دار دجلـة للنـشر والتوزيع.2009.
- لبيب، سعد، **محاضرات في التخطيط الإعلامي**، القـاهرة، كليـة الإعلام، جامعة القاهرة، 1984.
- لسان العرب لابن منظور، بيروت، دار صادر، 2003، مادة خلق.
- ليلـة، علي، " المـسؤولية الاجتماعيـة تعريـف المفهـوم وتعـيين بنيـة المتغير"، **بحـث مقـدم للمـؤتمر الـسنوي للمركـز القـومي للبحـوث الاجتماعيـة والجنائيـة بالقـاهرة** بعنـوان "المـسؤولية الاجتماعيـة والمواطنة" الفترة من 16- 19 2009.
- مـاركيوز، هربـرت، **الإنـسان ذو البعـد الواحـد**، الطبعـة الرابعـة، ترجمة جورج طرابيشي، بيروت، دار الآداب للنشر والتوزيع، 2004.
- ماكفيـل تومـاس، **الإعـلام الـدولي: النظريـات- الاتجاهـات- الملكية**، ترجمة حسني محمد نصر، وعبد الله الكندي، العين، دار الكتاب الجامعي، 2005.
- متولي، مصطفى محمد وآخرون، **نظام التعليم في المملكـة العربيـة الـسعودية**، الطبعـة الـسادسة، الريـاض، دار الخريجـي للنـشر والتوزيع، 1419هـ .
- مجلـة المجتمـع المـدني الإلكترونيـة- **البنـك الـدولي**، http://www.albankaldawli.org/

- المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، النشرة الدورية، سبتمبر 2009.
- مجلس المسؤولية الاجتماعية (الرياض)، 2010. على الرابطhttp://www.csr.org.sa/?n=rr&Id=22&ar=RwWEeF
- محمد، سيد محمد، **المسؤولية الإعلامية في الإسلام**، القاهرة، دار الفكر العربي، 2008.
- محمد، علي محمد، **تاريخ علم الاجتماع، الرواد والاتجاهات المعاصرة،** ط2، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، (1989).
- المختار الإداري، 2011. على الرابط:

/http://www.edara.com/Mukhtar

- مختار الصحاح، الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، الكويت، دار الرسالة، 1983، مادة خلق.
- مراد، كامل خورشيد، **الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور والخصائص والنظريات**، ط1، عمان، دار المسيرة، 2011.
- **المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية**، نخبة من أساتذة علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1985، ص 163.
- المرشد، عبد الرحمن، المسؤولية الاجتماعية للشركات، **جريدة الرياض السعودية**، تحقيق بتاريخ 12-2008/1.
- المرشد، محمد نصار، **المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للإدارة الإستراتيجية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة**، 1999.
- المصري، محمد عبد الغني، **أخلاقيات المهنة**، عمان، مكتبة الرسالة الحديثة، 2002.

- المصري، محمد عبد الغني، **العلاقات العامة**، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2000.
- المطيري، مشعل، العلاقات العامة في شركات الاتصالات الكويتية: دراسة مقارنة بين شركتي زين والوطنية للاتصالات من منظور المسؤولية الاجتماعية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام – جامعة الشرق الأوسط – عمان/الأردن، 2012.
- المعاني، احمد إسماعيل (2009). أثر تمكين العاملين على تحقيق التميز للمؤسسات الأردنية المشاركة بجائزة الملك عبد اللّه الثاني للتميز،دراسة ميدانية،**أطروحة دكتوراه غير منشورة**، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان ـ الأردن.
- المعاني، أحمد، وعريقات، أحمد، والصالح، أسماء، وجرادات، ناصر، **قضايا إدارية معاصرة**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011.
- المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح، **الإدارة - الأصول العلمية والتوجهات المستقبلية**، المنصورة، المكتبة العصرية، 2006.
- المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح، **المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية**، الطبعة الأولى، القاهرة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1996.
- مكاوي، عماد حسن، **أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة**، ط3، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
- مكاوي، عماد حسن، **أخلاقيات العمل الإعلامي**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994.
- مكاوي، عماد، والسيد، ليلى، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط 8، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009.

- ملحم، يحيى سليم، **التمكين كمفهوم إداري معاصر**، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006.
- **منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية**، لجنة المساعدات التنموية، التقرير النهائي للجنة العمل الخاصة عن التطوير المشاركاتي والحكم الصالح، القسم الأول (باريس، 1997).
- مؤتمر صحفي بمناسبة انعقاد مؤتمر الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية- فندق لاندمارك – عمان، 11 حزيران، 2011.
- **موسوعة الاستثمار**- البنوك الإسلامية، الجزء الأول- فتاوي الشبكات الإسلامي، الرياض، مركز الفتوى، 1999.
- **الموسوعة الحرة لخلق وجمع المحتوى العربي** http://www.marefa.org/index.php
- **الموسوعة الحرة ويكبيديا** http://ar.wikipedia.org/wiki/ 2009/11/15
- الموسى، عصام سليمان، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط6، عمان، إثراء للنشر والتوزيع، 2009.
- ناصر، إبراهيم، **التربية الأخلاقية**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2006.
- نجم، عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال**، عمان، دار الوراق للنشر والتوزيع، 2006.
- نصار، ناصيف ،سلطة الدولة بين المبدأ والواقع، في: دولة السلطة وسلطة الدولة، منتدى الفكر العربي، عمان، 2007.
- نمر، حلمي، **نظرية المحاسبة المالية**، القاهرة، دار النهضة العربية، 1972.

- هلال، جميل، **مداخلة حول ندوة المجتمع المدني**، بيروت، تشرين أول 2004 http://www.boell-meo.org/ar/web/219.html شوهد بتاريخ، 2009/11/12.
- هميسة، بدر عبد الحميد، **مجلة صيد الموائد**: (متاح بتاريخ 2011/8/52) على الرابط:
http://www.saaid.net/Doat/hamesabadr/76.htm
- الهواري، سيد، **ما معنى بنك إسلامي؟** القاهرة، اتحاد البنوك الإسلامية، 1982.
- الهواري، محمد نصر، **دراسات في المراجعة الاجتماعية**، القاهرة، المعهد العربي للمحاسبين القانونيين، مكتبة غريب، 1978.
- هيكل، سعيد أحمد ، **علم الاجتماع الحضري**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- وافي، علي عبد الواحد، **المسؤولية في الإسلام**، الرياض، الدار السعودية للنشر والتوزيع، 1983.
- ياغي، محمد عبد الفتاح، **الأخلاقيات في الإدارة**، عمان، لا دار نشر، 1995.

ب) المراجع باللغة الأجنبية:

- Balmaceda, M and Larson, T**., Changing the Rules of the Game**, in Green@Work, March – April 2000.
- Baskette, F. K., et al., **The Art of Editing, Boston**: Allyn and Bacon, 1997, P77.
- Baskin O., et al., **Public Relations: The Profession an the Practice**, 1997.
- Bernan, Managing Public Issue by Objective, **Report of the Taskforce of Corporate Social Performance**, U.S DEPARTMENT of COMENERCE, July, 1979.
- Besterfield, D.H., Besterfield, C., Besterfield, G. H. & Besterfield, M., **Total Quality Management**, New Jersey, Person Prentice Hall, 2003.
- Boatright, J. R., **Ethics and the Conduct of Business**, New Jersey: Upper Saddle River, 2003.
- Boatright, J. R., **Ethics and the Conduct of Business**. New Jersey: Upper Saddle River, 2003, p75.
- Boonze, L. E. & Kurtz, D., (1998). **Contemporary Marketing**. Texas, the Dryden Press, 1999.
- Carroll, A.B., **The Pyramid of Corporate Social Responsibility toward the Moral Management of Organizational Stakeholders**, **Business Horizons.** 1991**,** 34(4), 38-48**.**
- Daft R., **Organizational Theory and Design**, New York, West Publishing Co., 2002.
- Daft, Richard L., **Management, South–Western & College Publishing Co**., Canada, 2003..
- Fowke R. and Prasad D,. **Sustainable development**, cities and local government, Australian Planner 1996.

- Glen M. Broom, Cutlip and Center's Effective Public Relations, 10th International edition, 2008.
- Grosskurth, J. & J. Rotmans, The Scene Model: Getting Grip on Sustainable Development in Policy Making. **Environment, Development and Sustainability**, 7, no.1, 2005, 135–151.
- Hartman، L. P., **Perspectives in Business Ethics.** USA: McGraw-Hill, 2002.
- Heath, Robert, Handbook of Public Relations, London: Sage Publications, Inc. 2001.
- Henderson. David, **Misguided Virtue: False Notions of Corporate Social Responsibility**, Hobart Papers, 2001.
- Hill, C. W. L. & Jones, G. R., **Strategic Management,** New York: Houghton Mifflin, 2002.
- Hosmer, Larue. T., the **Ethics of Management,** New York: McGraw-Hill, 2006.
- Ivancevich, J.M., Lorenzi, P., Skinner, S.J. and Crosby, P.B., **Management Quality and Competitiveness**, Boston: McGraw Hill, Irwin, 1997.
- Jones, G. R., **Organizational Theory**, USA: Prentice Hall, 2001.
- **Journal of Engineering Management** (J.E.M), VO 12, N1, 1979.
- klapar, R.T and Maines. P. D. The Government Factor, Washington D.C: Cato Institute, 1995.
- Lasswell, H.D. **"The Structure and Function of Communication in Society",** In W. Schram & D. Roperts (ends), The Press and Effects of Mass Communication, Urbana: University of Illinois Press, 1971.
- Longman Dictionary of Contemporary English, Updated Edition.http://www.ldoceonline.com/dictionary/ethic

- McQuail D., **Mass Communication Theory, 5ed**. New Delhi, Vistaar Publication. 2005.
- McQuail D., **Mass Communication Theory**, 5ed. NewDelhi, Vistaar Publication, 2005.
- Merri. C. John, **Global Journalism**, London, Longman, 1983.
- Michael Todaro, Economic Development in the Third World, Overseas Development Council, New York, P63.
- Murthy, K. V. B., **Business Ethics and Corporate Responsibility: A New Perspective on line**, 2003, Online at http://mpra.ub.uni-muenchen.de/2634/
- Nickels, Mchngh and Mchugh, **Understanding Business**, Mc Grew-Hill, 2002.
- Porter Michael & Kramer Marker, Creating Shared Value, **Harvard Business Review,** January – February, 2011.
- Pride, W. M., Hughes, R. J. & Kapoor, J. R.و **Business.** USA: Houghton Mifflin company, 2005.
- Robbins and DE Cenza, **Fundamental of Management**, Prentice-Hall, 1998.
- Schuller, Tom, the Complementary Roles of Human and Social Capital, **Centre for Educational Research and Innovation,** Birckbech College, University of London, 2002. Available: htt:// **www.oecd/speaker.html**
- Shaw, W. H., **Business Ethics,** USA: Thomson Wadsworth, 2008.
- Steiner, and Miner J.B., **Management Policy and Strategy**, Macmillan, New-York, 1977.
- Strier, Franklin, **The Business Manager's Dilemma, Defining Social Responsibility**, 1979.

- **United Nations General Assembly** 2005, Resolution A/60/1, **adopted by the General Assembly** on 15 September 2005. Retrieved on: 2009-02-17.
- Weiss, J. W., **Business ethics,** USA: Thomson, 2006.
- Williams, C., **Management.** USA: South-western college publishing, 2002.
- Wilson, John, **Understanding Journalism,** London, Rout ledge, 1996.
- World Commission on Environment and Development (WCED**), Our Common Future**, Oxford, Oxford University Press, 1987.
- Zubair, Hasan, Islamic Finance: Structure- Objective Mismatch & its consequences, University Library of Munich, German, 2010

ج) مراجع الإنترنت:

- خليل، صبري محمد، ضوابط مفهوم الستر في الفقه الإسلامي، (2012)، موقع شبكة روض الرياحين الإلكتروني، متاح في 2012/2/25، على الرابط:

http://cb.rayaheen.net/showthread.php?tid=35439

- محاضرات موجزة من إعداد: د. محمد جاسم فلحي، متوفرة على الرابط:

http://mediacom.jeeran.com/archive/2009/9/940262.html

- الأنصاري، عبد الغني (2011) المسؤولية الاجتماعية- الأصل والمفهوم، متوفر على الرابط: http://alansari3.maktoobblog.com/1070040

- مجلة الإيكونوميست، أيار 2009، متوفر على الموقع التالي:

http://www.economist.com/business/displaystory.cfm?story_id=13648978&CFI..

- McKinsey & Company, 'Business's Social Contract: Capturing the Corporate Philanthropy Opportunity'

- هولم وواتس "Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense" منشورات المجلس العالمي للتجارة للتنمية المستدامة عام 2000.